

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1	
- ที่มาและความสำคัญของ เรื่อง	1
- วัตถุประสงค์ในการศึกษา	1
- วิธีการศึกษา	1
- ขอบข่ายของการศึกษา	2
- ข้อจำกัดของการศึกษา	2
- ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2	
ความสำคัญและบทบาทของการส่งเสริมการขาย	3
- ความหมายของการส่งเสริมการขาย	3
- ลักษณะของการส่งเสริมการขาย	3
- ความสำคัญของการส่งเสริมการขาย	5
- รูปแบบของการส่งเสริมการขาย	7
- วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการขาย	10
- บทบาทของการส่งเสริมการขาย	10
- ปัจจัยที่มีอิทธิพลของการส่งเสริมการขาย	14
บทที่ 3	
กระบวนการวางแผนและจัดการส่งเสริมการขาย	17
- การสรุปภูมิหลัง	17
- การวิเคราะห์สถานการณ์	20
- การกำหนดวัตถุประสงค์	28
- การกำหนดระดับและวิธีการส่งเสริมการขาย	30
- การกำหนดโปรแกรมการส่งเสริมการขาย	31
- การกำหนดวิธีทดสอบโปรแกรมและประเมินผลการส่งเสริมการขาย	34

บทที่ 4	กลยุทธ์การส่งเสริมการขายเพื่อให้เกิดการตลาดใช้สินค้าโดยการ แจกตัวอย่างและคูปอง	35
	- ความสำคัญ	35
	- ข้อพิจารณาในการแจกตัวอย่างสินค้า	37
	- เทคนิควิธีการแจกสินค้าตัวอย่าง	38
	- ข้อเสนอแนะในการแจกสินค้าตัวอย่าง	41
	- ข้อดีของการแจกสินค้าตัวอย่าง	43
	- ข้อเสียของการแจกสินค้าตัวอย่าง	43
	- แนวโน้มของการแจกสินค้าตัวอย่าง	44
	- คูปอง	44
	- เทคนิคการแจกคูปอง	45
	- ประโยชน์และข้อจำกัดในการแจกคูปอง	47
	- ข้อพิจารณาในการใช้คูปองเพื่อส่งเสริมการขาย	49
	- อิทธิพลของการแจกสินค้าตัวอย่างและคูปองต่อพฤติกรรมผู้บริโภค	50

บทที่ 5	ปัญหาและข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการขาย	53
---------	---------------------------------------	----

ภาคผนวก

บรรณานุกรม

สำนักหอสมุด