

Wykorzystanie Internetu w strategii sprzedaży firmy XYZ

>

Wstęp.....3

Rozdział 1.

Strategia sprzedaży jako zespół działań ukierunkowanych na zaspokojenie potrzeb nabywców.....8

1.1. Rola i miejsce strategii sprzedaży w marketingu.....9

1.2. Konsumpcja a zachowania nabywcze.....14

1.3. Analiza procesu zaspokajania potrzeb nabywców.....23

1.4. Kształtowanie struktury strategii sprzedaży.....31

Rozdział 2.

Internet jako narzędzie wspomagające działalność marketingową przedsiębiorstwa.....36

2.1. Charakterystyka Internetu i jego rola w globalizacji przepływu informacji.....37

2.2. Wykorzystanie Internetu w działalności przedsiębiorstwa.....48

2.3. Wady i zagrożenia wynikające z charakteru Internetu.....52

Rozdział 3.

Realizacja strategii sprzedaży przy wykorzystaniu Internetu w firmie XYZ.....58

3.1. Analiza wirtualnego rynku dóbr i usług.....59

3.2. Wykorzystanie Internetu w handlu elektronicznym.....63

3.3. Analiza porównawcza elektronicznych sklepów ABC i XYZ 68

Podsumowanie.....76

Spis tabel i rysunków.....78

Bibliografia.....79