

<<现代推销实务>>

图书基本信息

书名：<<现代推销实务>>

13位ISBN编号：9787121030543

10位ISBN编号：7121030543

出版时间：2006-8

出版时间：电子工业出版社

作者：李红梅

页数：228

字数：3904000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<现代推销实务>>

内容概要

本书为教育部职业教育与成人教育司推荐教材，是在第1版的基础上结合多所学校的教学使用情况对本书内容进行大量修订编写而成的。

本书系统而精练地阐述了现代推销概述、寻找客户、制定推销计划、接近客户、推销洽谈、处理客户异议、促成交易、客户关系管理、推销管理等内容。

书中把“制定推销计划”和“客户关系管理”独自成章，符合市场的需要并适应了形势的发展。

本书在阐述形式上也改变了以往同类教材以理论知识为核心的模式，尽量简化理论知识，以“够用、实用”为原则，以学生学习和推销员培训提供一本工作手册为宗旨，增加了大量的图表、实例，各章还增加了引例、思考题、本章小结、练习与实训、阅读材料、友情推荐等专项内容。

本书可作为中等职业学校市场营销、现代物流、电子商务等专业的教材，也可用做各种层次成人教育、企业培训的教材以及推销员自学用书。

本书还配有电子教学参考资料包（包括教学指南、电子教案及习题答案），详见前言。

<<现代推销实务>>

书籍目录

第1章 现代推销概述 引例1——应聘销售部经理助理 1.1 现代推销的含义 1.2 现代推销的方式
1.3 现代推销的程序 1.4 推销模式 1.5 推销员应具备的素质和能力 1.6 推销观念 本章小结1
练习与实训1 阅读材料1——原一平的故事 阅读材料2——推销员的四大素质 友情推荐1第2章 寻
找客户 引例2——安利公司的成功 2.1 寻找客户 2.2 客户资格审查 本章小结2 练习与实训2
阅读材料3——顺藤摸瓜找客户 阅读材料4——如何高效地寻找客户 阅读材料5——看准市场找准客
户, T恤也赚钱 友情推荐2第3章 制定推销计划 引例3——优秀推销员的时间安排 3.1 推销计划的
作用和类型 3.2 部门推销计划的编制程序 3.3 个人推销计划的编制程序 本章小结3 练习与实训3
阅读材料6——忠告年轻推销员: 推销也要积累资本 阅读材料7——要制定出切实可行的销售计划
友情推荐3第4章 接近客户 引例4——推销员的形象作用 4.1 接近客户前的准备 4.2 约见客户
4.3 接近客户 本章小结4 练习与实训4 阅读材料8——投其所好 阅读材料9——服装店经营技
巧之接近客户 阅读材料10——客户服务中接近客户的五个最佳时机 阅读材料11——世界上最伟大
的推销员: 乔·吉拉德 友情推荐4第5章 推销洽谈 引例5——书店里的对话 5.1 推销洽谈概述
5.2 推销洽谈的程式 5.3 推销洽谈的方法 5.4 推销洽谈的语言技巧 本章小结5 练习与实训5
阅读材料12——书籍的推销方法 阅读材料13——服装的推销方法 友情推荐5第6章 处理客户异议
第7章 促成交易第8章 客户关系管理第9章 推销管理参考文献

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>