

<<现代推销技术>>

图书基本信息

书名：<<现代推销技术>>

13位ISBN编号：9787121083518

10位ISBN编号：7121083515

出版时间：2009-4

出版时间：电子工业出版社

作者：钟立群 编

页数：234

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>

<<现代推销技术>>

内容概要

“现代推销技术”是一门艺术性和实践性均较强的课程，因此在编写过程中非常注重理论与实训的结合。

本教材编写思路为以现代推销的基本理论为框架，包括推销原理、推销要素、推销环境与推销模式，在此基础上介绍了寻找与识别顾客、接近顾客、推销洽谈、处理顾客异议、成交与售后服务等推销技术和技巧。

教材内容既全面涵盖现代推销的基本理论，又形成了一个完整的推销工作过程。

本教材理论联系实际，实用性强，涵盖相关职业技能鉴定的知识内容，既可作为高职高专院校市场营销及相关专业的教材，也可作为企业管理与营销人员的自学用书。

<<现代推销技术>>

书籍目录

第1章 推销概述1.1 推销的概念和功能1.1.1 推销的定义1.1.2 推销的三要素1.1.3 推销的特点1.1.4 推销的功能1.1.5 现代推销的产生和发展1.2 推销的作用与原则1.2.1 推销的作用1.2.2 推销的基本原则1.3 推销理论与推销模式1.3.1 推销方格理论1.3.2 推销模式本章小结思考与练习自我测试第2章 推销人员的道德、素质与能力2.1 推销人员的道德与职责2.1.1 推销人员的职业道德2.1.2 推销人员的类型2.1.3 推销人员的职责2.2 推销人员的职业素质2.2.1 思想素质2.2.2 文化与业务素质2.2.3 身体素质2.2.4 心理素质2.3 推销人员的职业能力2.3.1 观察能力2.3.2 创造能力2.3.3 社交能力2.3.4 语言表达能力2.3.5 应变能力2.4 推销人员的基本礼仪2.4.1 仪表与服饰2.4.2 其他礼仪本章小结思考与练习自我测试1自我测试2实训练习第3章 寻找与识别顾客3.1 寻找顾客3.1.1 顾客选择概述3.1.2 顾客的基本条件3.2 顾客寻找方法3.2.1 普通寻找法3.2.2 介绍寻找法3.2.3 中心开花寻找法3.2.4 广告拉引寻找法3.2.5 资料查阅寻找法3.2.6 寻找顾客的其他方法3.3 顾客资格审查3.3.1 购买需求的审查3.3.2 顾客支付能力审查3.3.3 购买资格审查本章小结思考与练习案例分析模拟寻找顾客实训练习小测试第4章 推销接近4.1 推销约见前的准备工作4.1.1 约见前准备工作的重要性4.1.2 约见个人顾客前的准备内容4.1.3 约见法人购买者的准备内容4.1.4 约见熟人前的准备4.1.5 准备方法4.2 约见顾客的内容与方法4.2.1 约见的意义4.2.2 约见的内容4.2.3 约见的方法4.3 接近顾客的目的与方法4.3.1 接近顾客的目的与策略.....第5章 推销洽谈第6章 处理顾客异议第7章 成交与售后服务第8章 推销管理附录A 综合模拟推销实训参考文献

<<现代推销技术>>

章节摘录

第1章 推销概述 学习要点 推销的含义与推销三要素 推销的特点与功能
推销的基本原则 推销模式 在市场竞争日趋激烈的今天,产品销售已经成为企业经营活动的关键环节,它的成功与否直接决定着产品的命运和企业的兴衰存亡。
推销是一门科学、一种技术、一项艺术。
首先,推销活动要遵循一定的规律和程序,有其特定的研究对象、内容和方法;其次,推销活动是推销人员对推销基本原理的具体运用,它包含着大量的技术、技巧和技能;同时,推销人员在推销活动中还必须结合自身条件及市场环境,巧妙运筹,融会贯通,才能取得较好的推销效果。
本章作为全书的总论,主要解决的问题:正确认识推销,即通过介绍推销的概念、特点与发展状况,推销的功能、意义及推销的观念,达到正确认识推销的目的。
同时,介绍几种推销理论与模式,供学习时参考。

.....

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>