

<<推销实务>>

图书基本信息

书名：<<推销实务>>

13位ISBN编号：9787121197826

10位ISBN编号：7121197820

出版时间：2013-3

出版时间：电子工业出版社

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>

<<推销实务>>

书籍目录

项目一 拨开迷雾看推销——走进推销 任务一 推销的概念和要素 任务二 推销人员的素质和能力 任务三 推销人员的推销礼仪 项目二 众里寻她千百度——寻找顾客 任务一 寻找准顾客的方法 任务二 顾客资格鉴定 项目三 与顾客有个约会——约见和接近顾客 任务一 接近准备 任务二 约见顾客 任务三 接近顾客 项目四 吸引顾客的眼球——和顾客洽谈 任务一 推销洽谈的内容和步骤 任务二 推销洽谈的方法 任务三 推销洽谈的技巧 项目五 不打不相识——处理顾客异议 任务一 顾客异议的含义和类型 任务二 顾客异议的处理原则和策略 任务三 顾客异议的处理方法 项目六 该出手时就出手——促成交易 任务一 促成交易的基本策略 任务二 促成交易的具体方法 任务三 签约 任务四 败局处理 项目七 完美的省略号——售后工作 任务一 回收货款 任务二 建立客户档案 任务三 保持与客户的长期联系 附录A：模拟推销综合实训 参考文献

<<推销实务>>

章节摘录

版权页：插图：（1）丰富的专业知识。

推销员所具备的专业知识主要表现在以下几个方面。

企业知识。

掌握企业知识，一方面是为了满足顾客这方面的需求，另一方面是为了使推销活动体现企业的方针政策，达成企业的整体目标。

企业知识主要包括企业的历史、企业的方针政策、企业的规章制度、企业的生产规模和生产能力、企业在同行中的地位、企业的销售策略、企业的服务项目等。

产品知识。

推销员掌握产品知识的最低标准是顾客想了解什么、想知道多少。

顾客在采取购买行动之前，总是要设法了解产品的特征，以减小购买的风险。

通常，越是技术上比较复杂、价值或价格高的产品，顾客要了解的产品知识就越多。

掌握产品知识，是为了更好地了解自己的推销客体，更好地向用户介绍产品，从而增强自己的推销信心和顾客的购买信心。

推销员应掌握的产品知识包括以下内容。

一是产品的生产制作流程与方法。

了解产品的工艺流程、生产工序、所用材料、质量控制方法等。

当顾客因价格或发货时间提出异议时，推销员就能用所熟悉的产品生产流程解释其原因。

例如，价格略高一些，是因为比同类产品多了哪些工序或特殊处理等。

二是产品的技术性能。

产品的技术性能包括产品使用的原材料，推销品的性能数据（尤其是推销工业用品时），产品规格、型号、外观，产品用途、特色，产品寿命等。

三是产品的使用和维修方面的知识。

在推销过程中，顾客往往需要推销员进行示范操作，推销员必须掌握商品的操作步骤和方法，另外对一般性的技术问题应能及时排除。

市场知识。

市场是企业 and 推销员的基本舞台，了解市场运行的基本原理和市场营销活动的方法，是推销获得成功的重要条件。

推销员掌握的市场知识应当是非常广泛的，但并不要求推销员对这些学科知识有很深的掌握，对一些基本的常识有所了解即可。

这些学科知识包括市场营销学、市场调查与预测、经济学、金融学、经济法、企业管理、广告学等，尤其要懂得市场知识，掌握市场调查、预测、商务谈判和推销的技巧。

<<推销实务>>

编辑推荐

《职业教育市场营销专业精品教材:推销实务》为职业院校学生量身定做,以够用、实用为原则,每个项目都设置了导入案例、知识讲解、任务小结、课堂活动、思考与练习等模块内容。

<<推销实务>>

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>