第一图书网, tushu007.com

<<推销技术>>

图书基本信息

书名：<<推销技术>>

13位ISBN编号：9787302261704

10位ISBN编号：7302261709

出版时间：2011-7

出版时间：清华大学出版社

作者：于翠华

页数：200

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

内容概要

这本于翠华等人著的《推销技术》根据《教育部关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》精神，遵照高等职业教育教学的规律编写而成，主要阐述了推销的基本理论、方法与技巧，具体内容包括推销岗位的认知与准备、寻找准顾客、约见与接近准顾客、推销洽谈、成交与推销服务、推销管理等内容。

全书采用一体化格式编写，把推销的实际工作分解为6个项目，每个项目均以知识目标、技能目标、训练路径及教学建议开始，而且按照实际工作的需要，把项目分解为不同的学习任务，每个任务由成果展示与分析、知识储备、任务演练构成，项目后设置了重点概括、综合实训、思考练习等，便于教师备课和学生学习。

本书突出了高等职业教育的特色，精选了大量的实际案例，强化了理论与实际的结合，具有较强的针对性、应用性和前瞻性。

《推销技术》既可作为各类本科院校的二级学院：高等职业学校、成人高校市场营销专业教材，也可作为各类企业营销人员的培训教材或自学用书。

书籍目录

项目1 推销岗位的认知与准备
学习任务1.1 推销岗位认知
成果展示与分析
最伟大的推销员
知识储备
1.1.1 推销的内涵
1.1.2 推销的要素
1.1.3 人员推销的特点
1.1.4 推销人员的职责
任务演练9
首因效应9
学习任务1.2 职业素质与能力准备
成果展示与分析
推销就是“ 推销自己 ”
知识储备
1.2.1 推销人员的职业素质
1.2.2 推销人员的职业能力
1.2.3 推销方格理论
任务演练
职业素质和职业能力测评与完善
学习任务1.3 推销人员的礼仪准备
成果展示与分析
塑造美好的第一印象
知识储备
项目1 推销岗位的认知与准备
学习任务1.1 推销岗位认知
成果展示与分析
最伟大的推销员
知识储备
1.1.1 推销的内涵
1.1.2 推销的要素
1.1.3 人员推销的特点
1.1.4 推销人员的职责
任务演练9
首因效应9
学习任务1.2 职业素质与能力准备
成果展示与分析
推销就是“ 推销自己 ”
知识储备
1.2.1 推销人员的职业素质
1.2.2 推销人员的职业能力
1.2.3 推销方格理论
任务演练
职业素质和职业能力测评与完善
学习任务1.3 推销人员的礼仪准备

成果展示与分析
塑造美好的第一印象
知识储备
1.3.1 拜访礼仪
1.3.2 迎送礼仪
1.3.3 宴请礼仪
1.3.4 交谈礼仪
1.3.5 体态礼仪
1.3.6 服饰礼仪
任务演练
推销基本礼仪训练
重点概括
综合实训8
思考练习
项目2 寻找准顾客
学习任务2.1 判断准顾客类型
成果展示与分析
谁是德国汉高“Fa走珠香体液”的买主
知识储备
2.1.1 准顾客的概念及应具备的条件
2.1.2 准顾客的分类
2.1.3 寻找准顾客的步骤8
2.1.4 寻找准顾客应注意的问题
任务演练
如何寻找卡巴斯基手机版产品的买主
学习任务2.2 寻找准顾客的方法
成果展示与分析
巧借老顾客搭桥
知识储备
2.2.1 直接访问法
2.2.2 老顾客介绍法
2.2.3 社交关系法
2.2.4 化品展示法
2.2.5 资料查询法
2.2.6 告拉引法
2.2.7 电话寻找法
2.2.8 现场观察法
任务演练
美国安利营养蛋白质粉的目标顾客
学习任务2.3 顾客资格审查
成果展示与分析
啤酒水处理系统买主资格审查
知识储备
2.3.1 顾客需求审查
2.3.2 顾客购买能力审查
2.3.3 顾客购买资格与权力审查
任务演练

走进汪氏企业
重点概括
综合实训
思考练习
项目3 约见与接近准顾客
学习任务3.1 约见顾客
成果展示与分析
电话约见的技巧
知识储备
3.1.1 约见顾客的准备
3.1.2 约见顾客的计划
3.1.3 约见顾客的方法
任务演练
高校设备招标的准备
学习任务3.2 接近顾客
成果展示与分析
神谷卓一的秘诀
知识储备
3.2.1 陈述式接近法
3.2.2 演示式接近法
3.2.3 提问式接近法
任务演练
如何推销天然食品防腐剂—R-多糖
重点概括
综合实训
思考练习
项目4 推销洽谈
学习任务4.1 洽谈准备
成果展示与分析
开发客户对CRM系统的需求
知识储备
4.1.1 推销洽谈的目标与任务
4.1.2 推销洽谈的内容
4.1.3 推销洽谈的原则
任务演练
演练推销洽谈准备
学习任务4.2 洽谈过程
成果展示与分析
只有一个客户有资格
知识储备
4.2.1 推销洽谈的步骤
4.2.2 推销洽谈的方法
4.2.3 推销洽谈的策略
4.2.4 推销洽谈的技巧
任务演练
演练推销洽谈
学习任务4.3 异议处理

成果展示与分析
我是公司的新职员
知识储备
4.3.1 顾客异议的类型
4.3.2 顾客异议的形成原因
4.3.3 顾客异议处理的原则
4.3.4 顾客异议的处理方法
任务演练
推销异议处理
重点概括
综合实训
思考练习
项目5 成交与推销服务
学习任务5.1 交易达成
成果展示与分析
谈判技巧
知识储备
5.1.1 成交的信号
5.1.2 成交的基本策略
5.1.3 成交的方法
任务演练
交易达成训练
学习任务5.2 货款回收
成果展示与分析
货款难回破了产
知识储备
5.2.1 货款回收的方式
5.2.2 货款回收工作内容
任务演练
该不该赊销
学习任务5.3 推销服务
成果展示与分析
深受消费者喜欢的华鹤产品
知识储备
5.3.1 推销服务的意义
5.3.2 推销服务的种类
5.3.3 推销服务的内容
任务演练
做销售就是做服务
重点概括
综合实训
思考练习
项目6 推销管理
学习任务6.1 推销员的管理
成果展示与分析
超越自我
知识储备

6.1.1 推销员选拔
6.1.2 推销员培训
6.1.3 推销人员的日常管理
任务演练
百花连锁超市招贤纳士
学习任务6.2 推销员考核与激励
成果展示与分析
谁做得更好
知识储备
6.2.1 推销员考核
6.2.2 推销人员的激励
任务演练
问题出在何处
学习任务6.3 推销合同的管理
成果展示与分析
该如何承担违约责任
知识储备
6.3.1 推销合同的主要条款
6.3.2 推销合同的订立
6.3.3 推销合同的履行
6.3.4 推销合同的变更与解除
任务演练
商品房买卖合同能否解除
学习任务6.4 推销人员自我管理
成果展示与分析
史蒂芬·柯维博士的四象限图
知识储备
6.4.1 推销人员的时间管理
6.4.2 推销人员的区域管理
6.4.3 推销人员的信息管理
任务演练
如何规划你的时间
重点概括
综合实训
思考练习
参考文献
1.3.1 拜访礼仪
1.3.2 迎送礼仪
1.3.3 宴请礼仪
1.3.4 交谈礼仪
1.3.5 体态礼仪
1.3.6 服饰礼仪
任务演练
推销基本礼仪训练
重点概括
综合实训8
思考练习

项目2 寻找准顾客
学习任务2.1 判断准顾客类型
成果展示与分析
谁是德国汉高“Fa走珠香体液”的买主
知识储备
2.1.1 准顾客的概念及应具备的条件
2.1.2 准顾客的分类
2.1.3 寻找准顾客的步骤8
2.1.4 寻找准顾客应注意的问题
任务演练
如何寻找卡巴斯基手机版产品的买主
学习任务2.2 寻找准顾客的方法
成果展示与分析
巧借老顾客搭桥
知识储备
2.2.1 直接访问法
2.2.2 老顾客介绍法
2.2.3 社交关系法
2.2.4 化品展示法
2.2.5 资料查询法
2.2.6 告拉引法
2.2.7 电话寻找法
2.2.8 现场观察法
任务演练
美国安利营养蛋白质粉的目标顾客
学习任务2.3 顾客资格审查
成果展示与分析
啤酒水处理系统买主资格审查
知识储备
2.3.1 顾客需求审查
2.3.2 顾客购买能力审查
2.3.3 顾客购买资格与权力审查
任务演练
走进汪氏企业
重点概括
综合实训
思考练习
项目3 约见与接近准顾客
学习任务3.1 约见顾客
成果展示与分析
电话约见的技巧
知识储备
3.1.1 约见顾客的准备
3.1.2 约见顾客的计划
3.1.3 约见顾客的方法
任务演练
高校设备招标的准备

学习任务3.2 接近顾客
成果展示与分析
神谷卓一的秘诀
知识储备
3.2.1 陈述式接近法
3.2.2 演示式接近法
3.2.3 提问式接近法
任务演练
如何推销天然食品防腐剂—R-多糖
重点概括
综合实训
思考练习
项目4 推销洽谈
学习任务4.1 洽谈准备
成果展示与分析
开发客户对CRM系统的需求
知识储备
4.1.1 推销洽谈的目标与任务
4.1.2 推销洽谈的内容
4.1.3 推销洽谈的原则
任务演练
演练推销洽谈准备
学习任务4.2 洽谈过程
成果展示与分析
只有一个客户有资格
知识储备
4.2.1 推销洽谈的步骤
4.2.2 推销洽谈的方法
4.2.3 推销洽谈的策略
4.2.4 推销洽谈的技巧
任务演练
演练推销洽谈
学习任务4.3 异议处理
成果展示与分析
我是公司的新职员
知识储备
4.3.1 顾客异议的类型
4.3.2 顾客异议的形成原因
4.3.3 顾客异议处理的原则
4.3.4 顾客异议的处理方法
任务演练
推销异议处理
重点概括
综合实训
思考练习
项目5 成交与推销服务
学习任务5.1 交易达成

成果展示与分析
谈判技巧
知识储备
5.1.1 成交的信号
5.1.2 成交的基本策略
5.1.3 成交的方法
任务演练
交易达成训练
学习任务5.2 货款回收
成果展示与分析
货款难回破了产
知识储备
5.2.1 货款回收的方式
5.2.2 货款回收工作内容
任务演练
该不该赊销
学习任务5.3 推销服务
成果展示与分析
深受消费者喜欢的华鹤产品
知识储备
5.3.1 推销服务的意义
5.3.2 推销服务的种类
5.3.3 推销服务的内容
任务演练
做销售就是做服务
重点概括
综合实训
思考练习
项目6 推销管理
学习任务6.1 推销员的管理
成果展示与分析
超越自我
知识储备
6.1.1 推销员选拔
6.1.2 推销员培训
6.1.3 推销人员的日常管理
任务演练
百花连锁超市招贤纳士
学习任务6.2 推销员考核与激励
成果展示与分析
谁做得更好
知识储备
6.2.1 推销员考核
6.2.2 推销人员的激励
任务演练
问题出在何处
学习任务6.3 推销合同的管理

成果展示与分析
该如何承担违约责任
知识储备
6.3.1 推销合同的主要条款
6.3.2 推销合同的订立
6.3.3 推销合同的履行
6.3.4 推销合同的变更与解除
任务演练
商品房买卖合同能否解除
学习任务6.4 推销人员自我管理
成果展示与分析
史蒂芬·柯维博士的四象限图
知识储备
6.4.1 推销人员的时间管理
6.4.2 推销人员的区域管理
6.4.3 推销人员的信息管理
任务演练
如何规划你的时间
重点概括
综合实训
思考练习
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