

图书基本信息

书名：<<人员推销/当代市场营销学科系列教材>>

13位ISBN编号：9787505370128

10位ISBN编号：750537012X

出版时间：2001-1

出版时间：电子工业出版社

作者：朱姝,应恩德,陆军

页数：394

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

《人员推销/当代市场营销学科系列教材》主要介绍人员销售的基本原理和方法，深入浅出地论述了人员销售的最新理论和相关理念，兼顾了销售人员竞争者与顾客三者互动的关系，融合了理念、战略、技巧和案例。

《人员推销/当代市场营销学科系列教材》不仅较为全面地讲述了人员销售的全过程，而且汇集了大量的说明用以分析案例，为读者提供了循序渐进的学习平台。

全书共分为11章，包括人员销售的作用，销售生涯，销售人员的自我管理，购买行为分析，人员销售过程中的沟通风格，成功寻找潜在顾客，与顾客的初次会晤，识别购买影响力，双赢的谈判技巧，关系销售的开始以及赢得终身顾客。

《人员推销/当代市场营销学科系列教材》可作为高等院校管理类专业本科生、研究生、MBA以及相关专业学员的教材，亦适用于企业营销管理人员的培训，同时对于任何一个已经加盟或者正在准备加盟人员销售大军的读者而言，都将引导并指导其踏上新型的顾客关系管理的成功之道。

作者简介

应恩德，华东理工大学商学院副教授，同时在多家公司从事管理培训与顾问的工作。

教学研究兴趣与重点为：管理沟通、组织行为学、学习型组织消费者行为、销售技巧、竞争情报。

近期的侧重点为：人性管理、沟通技巧、跨文化沟通、领导与团队建设、销售人员的自我激励与生涯规划

书籍目录

绪论

第一章 人员销售的作用

第二章 销售生涯

第三章 销售人员的自我管理

第四章 购买行为分析

第五章 人员销售过程的沟通风格

第六章 前奏：成功寻找潜在顾客

第七章 接触：初次会晤

第八章 探测：识别购买影响力

第九章 提案：双赢的谈判技巧

第十章 成交：关系销售的开始

第十一章 顾客关系管理：赢得终身顾客

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>