

<<推销实务>>

图书基本信息

书名：<<推销实务>>

13位ISBN编号：9787542925596

10位ISBN编号：7542925598

出版时间：2010-8

出版时间：立信会计出版社

作者：张红妮 编

页数：281

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>

## &lt;&lt;推销实务&gt;&gt;

## 前言

当今世界，科学技术突飞猛进，知识经济已见端倪，国际竞争日趋激烈。

教育在综合国力的形成中处于基础地位，国力的强弱越来越取决于劳动者的素质，取决于各类人才的质量和数量，这对于培养和造就我国21世纪的一代新人提出了更加迫切的要求。

作为高等教育体系中的一个重要组成部分，高等职业教育近几年来进入了高速发展时期，其中财经专业学生占有相当大的比例。

围绕培养财经专业高技能人才这个根本目标，加强财经专业的教材建设是实现教学计划、达到培养目标的重要保证，是加强教学管理、提高教学质量的重要措施，是深化教学改革、提高人才培养质量的根本途径。

教材建设重在提高质量，培育特色。

经过多方努力，“21世纪高等职业教育财经专业核心课程系列教材”已正式出版发行。

这是十几所院校几十位既具有扎实的理论基础，又具有丰富的实践经验的“双师型”教师倾注了大量的入力、物力和财力共同努力的结果。

本套教材编写的特点是：第一，力求做到理论与实际相结合，既保持理论体系的系统性和方法的科学性，更注重教材的实用性和针对性。

第二，每本教材的编写，注意吸收国内外优秀教材的成果，教材力求深入浅出、突出重点和通俗易懂

。第三，在广泛调查研究的基础上，经过多所高等职业院校一批有着丰富教学和实践经验的专家学者的论证和推荐，优化选题，优选编者。

## <<推销实务>>

### 内容概要

全书共分上篇、中篇和下篇三大部分。

上篇主要介绍有关推销的基本概念、基础理论和基本要求，包括第1～第2章；中篇主要介绍一般推销工作需要掌握的基础知识、工作技能、方法和策略等，包括第3～第7章；下篇主要介绍一些常见的专业领域的推销工作基础知识、工作技能、方法和策略等，包括第8～第11章。

## &lt;&lt;推销实务&gt;&gt;

## 书籍目录

上篇 推销基础 1 推销 1.1 正确认识推销 1.2 什么是推销 1.3 推销的产生和发展 1.4 推销的原则和作用 1.5 推销的类型和模式 思考与练习 2 推销人员 2.1 推销产品从推销自己开始 2.2 推销人员的职责 2.3 推销人员的知识、能力和素质 2.4 推销人员的基本礼仪 2.5 推销人员的自我管理 思考与练习 中篇 一般推销实务 3 寻找顾客 3.1 顾客的认识 3.2 寻找顾客的原则和方法 3.3 顾客资格审查 3.4 建立顾客档案 思考与练习 4 接近顾客 4.1 制定推销访问计划 4.2 约见顾客的意义与内容 4.3 约见顾客前的准备 4.4 约见顾客的方法 4.5 推销接近 思考与练习 5 推销洽谈 5.1 推销洽谈的类型与内容 5.2 推销洽谈的目标与原则 5.3 推销洽谈的程序 5.4 推销洽谈的策略与技巧 思考与练习 6 异议处理 6.1 顾客异议的含义及类型 6.2 顾客异议产生的原因 6.3 正确处理顾客异议 6.4 处理顾客异议的策略 思考与练习 7 推销成交 7.1 推销成交的信号 7.2 推销成交的方法 7.3 推销成交的策略 7.4 合同的订立与履行 7.5 成交后的跟踪 思考与练习 下篇 专业推销实务 8 电话推销 8.1 电话推销概述 8.2 电话推销的步骤 8.3 电话推销的技巧 8.4 电话推销应注意的问题 8.5 电话推销的礼仪 思考与练习 9 店面推销 9.1 店面推销概述 9.2 店面推销的步骤 9.3 店面推销应注意的问题 思考与练习 10 网络推销 10.1 网络推销概述 10.2 网上顾客的购买行为分析 10.3 网络推销步骤 10.4 网络推销策略 思考与练习 11 会议与会展推销 11.1 会议推销 11.2 会展推销 思考与练习 主要参考文献

## &lt;&lt;推销实务&gt;&gt;

## 章节摘录

插图：1.2.3 推销的一般过程推销是一个商品买卖的过程，也是一个信息传递的过程，同时还是一个买卖双方不断进行心理活动的过程。

推销过程是这三种过程的统一，三种过程相互交织，构成了一个系统活动过程。

如果单从推销人员与顾客打交道的顺序来看，推销的一般过程包括：推销准备 - 寻找潜在顾客 - 顾客资格审查 - 接近顾客 - 推销洽谈 - 异议处理 - 达成交易 - 顾客服务与管理。

1.推销准备推销切忌无准备之战，尤其是新手，必须做好充分准备后才能去拜访顾客。

在正式推销前应该做好以下准备工作：第一，必须充分了解和熟悉自己的公司和产品，了解竞争对手和市场上同类商品的优、缺点，明确本公司及产品拥有的优势和存在的不足。

第二，了解消费者的消费现状和趋势，特别是对本公司产品的评价。

第三，拟订推销计划，分析推销要点。

第四，做好各种物质准备，包括样品、宣传资料、价格表、订货单、名片、公文包和小礼品等所有推销中经常使用的物品。

物质准备应全面、细致，考虑细节问题，推销中的每一个细节都可能成为影响最后成功的关键因素。

第五，做好心理准备，调整好自己的心态，保持乐观和自信，对推销中可能会遇到的各种状况作一个充分估计，如顾客会是哪一种类型的，会提一些什么问题，他们最关心什么，应该怎样应对顾客等。

只有做好充分的准备工作，才能在推销过程中占据主动，控制进程，并最终取得较好的效果。

做好准备工作并不能保证一定达成交易，因为有很多不可控因素存在，但如果准备工作不充分，则推销成功的可能性就会更小。

<<推销实务>>

编辑推荐

《推销实务》：21世纪高等职业教育财经专业核心课程系列教材

<<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>