

<<现代企业人员推销学>>

图书基本信息

书名：<<现代企业人员推销学>>

13位ISBN编号：9787801182470

10位ISBN编号：7801182472

出版时间：1997-04

出版时间：经济管理出版社

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>

<<现代企业人员推销学>>

书籍目录

目录

- 第一章 推销概述
 - 第一节 推销在企业经营中的地位
 - 第二节 人员推销的作用和特点
 - 第三节 人员推销的程序
 - 第四节 人员推销学的研究对象和内容
 - 第五节 人员推销学研究的方法和指导思想
- 第二章 推销模式
 - 第一节 埃达 (AIDA) 推销模式
 - 第二节 迪伯达 (DIPADA) 推销模式
 - 第三节 埃德伯 (IDEPA) 推销模式
 - 第四节 费比 (FABE) 推销模式
- 第三章 推销员的素质与培养
 - 第一节 推销员应具备的素质
 - 第二节 推销员的训练与培养
- 第四章 人员推销的类型与结构
 - 第一节 人员推销的类型
 - 第二节 人员推销的结构
- 第五章 推销环境分析
 - 第一节 影响推销的市场因素
 - 第二节 消费者市场的购买行为
 - 第三节 组织市场的购买行为
 - 第四节 竞争环境分析
- 第六章 推销信息的收集与应用
 - 第一节 推销信息的功能与类型
 - 第二节 推销信息的调查与收集
 - 第三节 推销信息的处理与分析
 - 第四节 推销信息的传递
 - 第五节 推销信息的应用
- 第七章 推销战略与策略
 - 第一节 推销战略的制定
 - 第二节 推销价格策略
 - 第三节 广告策略
 - 第四节 接近消费者策略
 - 第五节 推销服务策略
- 第八章 推销洽谈
 - 第一节 建立洽谈气氛
 - 第二节 怎样进行洽谈
 - 第三节 洽谈策略与技巧
 - 第四节 洽谈注意事项
- 第九章 推销合同
 - 第一节 经济合同的作用与分类
 - 第二节 推销合同的内容
 - 第三节 推销合同订立的程序、形式和原则
 - 第四节 违反推销合同责任的确定和责任方式

第五节 推销合同纠纷的解决

第十章 推销业绩考评

第一节 推销业绩考评的作用、标准和过程

第二节 推销业绩的考评指标

第三节 推销业绩的分析与评价

后记

<<现代企业人员推销学>>

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>