第一图书网, tushu007.com

<<现代推销技术>>

图书基本信息

书名：<<现代推销技术>>

13位ISBN编号：9787810829991

10位ISBN编号：7810829998

出版时间：2007-8

出版时间：北京交大

作者：张春霞

页数：286

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

本书是阐述现代推销技术的高等学校教科书。
它围绕满足客户需要的推销过程，在质量经营大背景下阐述现代推销的技术、方法和工具。
全书共分为3篇8章。
第1篇是理论篇，包括推销导论、推销计划的设计、推销心理三章，阐述现代推销技术的基本理论依据。
第2篇是推销技巧篇，包括推销前准备技巧、推销过程中技巧、顾客异议处理技巧、推销事后处理技术四章，阐述满足客户需要的现代推销技术。
第3篇是技能训练篇，包括专业推销技巧的应用工具，专业推销技巧实践模拟指南两章。
本书章节编排合理，逻辑清晰，语言简练，内容翔实，可操作性强。
每章章首附有本章学习目标，章后附有复习思考题及技能训练的案例、阅读资料或附录，便于理解、掌握和拓展所学技术方法在实际中的应用。
它不仅可以作为高职高专财经管理类专业的规划教材，也是具备必要预备知识的实际市场工作者的一本不错的常备参考书。

<<现代推销技术>>

书籍目录

第1篇　理论篇　第1章　推销导论　1.1　推销　1.1.1　推销的定义　1.1.2　推销的基本特征　1.1.3　推销的作用　1.1.4　现代推销技术的产生和发展　1.2　推销理论　1.2.1　爱达（AIDA）推销模式　1.2.2　迪伯达模式　1.2.3　“吉姆”模式　1.2.4　其他模式　1.2.5　推销方格理论　1.3　推销过程　1.3.1　满足需要的推销过程　1.3.2　推销的完整过程　1.3.3　推销各环节的关系　◇本章小结　◇思考题　◇案例分析　第2章　推销计划的设计　2.1　目标设定和行动计划　2.1.1　目标设定　2.1.2　推销行动　2.2　推销活动的计划系统　2.2.1　推销计划系统的构成　2.2.2　编制推销计划系统时应注意的问题　2.3　有效拜访计划　2.3.1　拜访计划的作用　2.3.2　拜访计划的设计程序　2.3.3　拜访计划的内容　2.4　提高推销绩效的要领　2.4.1　掌握推销业务达到最高绩效的要领　2.4.2　把握影响业务拜访成功的因素　2.4.3　与客户建立伙伴关系　2.4.4　应变式的推销　◇本章小结　◇思考题　◇案例分析　第3章　推销心理　3.1　推销心理的分类与特征　3.1.1　推销心理的分类　3.1.2　推销心理的特征　3.2　顾客购买心理　3.2.1　顾客对推销的心理接受过程　3.2.2　顾客的需求及其规律　3.3　不同顾客不同对待　3.3.1　按个性心理特征分类的顾客类型　3.3.2　以性格区分的顾客类型　3.3.3　以年龄及相关因素划分顾客　3.4　推销员心理　3.4.1　推销员的心理素质　3.4.2　推销员心理品质构成　3.4.3　推销员的职业心理　◇本章小结　◇思考题　◇案例分析第2篇　推销技巧篇　第4章　推销前准备技巧　第5章　推销过程中技巧　第6章　顾客异议处理　第7章　推销的事后处理第3篇　技能训练篇　第8章　专业推销技巧的应用工具　第9章　专业推销技巧实践模拟指南参考文献

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