

<<推销技术>>

图书基本信息

书名：<<推销技术>>

13位ISBN编号：9787811341751

10位ISBN编号：7811341751

出版时间：2008-10

出版时间：对外经济贸易大学出版社

作者：董亚辉，霍亚楼 主编

页数：305

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>

<<推销技术>>

前言

我们正置身于一个急剧变革的时代，面对激烈的职场竞争和市场竞争，我们每个人都必须首先成为一名出色的“推销员”。

与人交往时，要将“友善、诚信、关爱”的信息“推销”给对方；职场竞争时，要把“优势、特长、能力”“推销”给招聘公司。

如果社会上没有一群人向另一群人“推销”的话，整个经济活动就将停止，社会将变成一个毫无生机的黯淡世界，进步与繁荣更无从谈起。

这样看来，这种目的在于达成交换的人与人之间的沟通和互动的推销行为，无时无刻、无处不在地影响着每一个人、每一个组织、乃至每一个国家。

当代世界最伟大的推销员乔·吉拉德的一段话足以昭示推销的高尚。

他说：“每一个推销员都应以自己的职业为骄傲，推销员推动了整个世界。

”推销既是一门有着丰富内涵的融多方面知识为一体的综合性学科，又是一项充满艺术和科学的人类活动，它已成为现代企业日常经营中不可或缺的一部分。

随着我国社会主义市场经济体制的建立和完善、全球化进程的加快、市场竞争的加剧，企业对优秀推销人才的需求在日益增加。

另外，中国加入世界贸易组织的现实，也使中国企业比以往更大程度地参与到全球经济竞争之中，而各种企业战略目标及营销目标的实现，往往离不开推销活动，离不开高素质的推销人才。

本书正是为适应这一社会需要而编写的。

<<推销技术>>

内容概要

“推销技术”是市场营销专业的一门技能性很强的应用型课程，具有较强的实用性和可操作性。为了体现上述原则，本书从应用型学校的教育要求出发，遵循“以应用为目的，理论以够用为度，强化技能训练”的编写要求，以推销的实务程序与要素为线索，以推销的原则、方法、策略和技巧为核心，构建了教材的内容体系，力求生动、易懂、实用，系统而真实地反映推销的实务内容与技巧。

本书内容分为12章。

第1、2、3、4章是推销技术的基础知识，主要包括与推销相关的基本知识和理论；第5、6、7、8、9章是推销实务，主要以推销过程为线索，介绍各推销阶段的主要内容和应用策略；第10、11、12章是介绍推销所要掌握的其他相关知识。

为了便于教学和学生学学习，在内容的组织上，做到章前有“学习目标”和“引例”，章中有“案例”，章后有“本章要点”、“实践实训”、“综合练习”，形成了“讲练结合”的模式，突出本书的实用性。

<<推销技术>>

书籍目录

第1章 推销概论 1.1 推销的概念 1.2 推销活动溯源和推销学的发展 1.3 推销准则 1.4 推销的程序 本章要点 实践实训 综合练习 阅读材料第2章 推销理论 2.1 顾客心理与购买行为 2.2 推销方格理论 2.3 推销模式理论 2.4 推销三角理论 本章要点 实践实训 综合练习第3章 推销礼仪 3.1 送访礼仪 3.2 交谈礼仪 3.3 体态礼仪 3.4 服饰礼仪 本章要点 实践实训 综合练习第4章 推销方式 4.1 推式推销 4.2 拉式推销 4.3 网络推销 本章要点 实践实训 综合练习第5章 寻找客户 5.1 顾客选择概述 5.2 潜在顾客的评价与管理 5.3 寻找客户的方法 5.4 选择推销对象 本章要点 实践实训 综合练习第6章 推销接近 6.1 接近客户前的准备 6.2 约见客户 6.3 接近客户 本章要点 实践实训 综合练习第7章 推销洽谈 7.1 推销洽谈概述 7.2 推销洽谈的程序 7.3 推销洽谈的策略 7.4 推销洽谈的方法 7.5 推销洽谈的技巧 本章要点 实践实训 综合练习第8章 顾客异议的处理 8.1 顾客异议概述 8.2 顾客异议的成因 8.3 处理顾客异议的原则、策略与步骤 8.4 处理顾客异议的方法 本章要点 实践实训 综合练习第9章 推销成交 9.1 成交的内涵及其策略 9.2 成交的方法 9.3 合同的订立与履行 9.4 客户跟踪 本章要点 实践实训 综合练习第10章 推销难题的处理 10.1 推销谈判中的价格策略 10.2 推销关系管理 本章要点 实践实训 综合练习第11章 客户关系管理 11.1 客户关系管理的内容 11.2 客户档案的建立 11.3 客户忠诚度的培育 11.4 大客户管理 11.5 客户投诉管理 本章要点 实践实训 综合练习第12章 推销管理 12.1 推销的计划与控制 12.2 推销人员的管理 12.3 推销的组织结构 12.4 推销绩效管理 本章要点 实践实训 综合练习主要参考文献

<<推销技术>>

章节摘录

第1章 推销概论 学习目标 通过本章的学习,掌握推销的定义,熟悉推销的特点和作用,了解推销的基本准则,熟练掌握推销的过程,了解推销学的产生与发展,熟悉现代推销学的研究方法。

案例1-1 有一个报童在一个小镇上卖报纸,他很努力,生意还不错。但有一天,又来了一个报童,于是两人成了竞争对手。

第一个报童更加努力地去卖报但收入却少了许多,而新来的那个报童卖的报纸越来越多。

原来,新来的那个报童非常聪明,他不仅沿街叫卖,还更多地跑茶馆、酒店,去了之后就将报纸先给读者,等所有地方都跑完了,他再回去收钱。

时间长了,大家都习惯了这种方式。

这样一来,他节约了很多时间,占有了最佳卖报时间,等第一个报童来卖报纸的时候,大家手上早有报纸了。

所以,第一个报童卖的报纸越来越少,一个月以后就坚持不下去了,市场完全被第二个报童占领了。

.....

<<推销技术>>

编辑推荐

《推销技术》是市场营销专业的一门技能性很强的应用型课程，具有较强的实用性和可操作性。

<<推销技术>>

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>