

<<推销学>>

图书基本信息

书名：<<推销学>>

13位ISBN编号：9787111232612

10位ISBN编号：7111232615

出版时间：2008-2

出版时间：机械工业出版社

作者：陈殿阁

页数：235

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>

<<推销学>>

内容概要

本书主要介绍了推销三角理论与推销方格理论、推销理论与实务的信息要求、推销调研、顾客异议处理、网络推销、电话推销等内容。

本书通过理论描述与大量的案例分析，使读者能够掌握推销理论知识及实际操作技巧，以便更好地完成推销任务。

本书内容新颖、通俗生动，突出了知识的系统性、适应性和实用性，强调实践能力的培养。

本书既可作为大中专院校的教材，也可作为各种类型专业培训的辅导用书，同时也是各层次、各类型经营管理人员的参考读物。

<<推销学>>

书籍目录

前言上篇	推销理论	第1章 导论	1.1 推销学概述	1.2 推销的概念和特征	1.3 推销在现代经济中的地位及作用	1.4 推销职业特征分析	第2章 推销三角理论与推销方格理论	2.1 推销三角理论	2.2 推销方格理论	2.3 顾客方格理论	第3章 推销理论与实务的信息要求	3.1 信息	3.2 市场信息	3.3 价格信息不对称对市场主体经济行为影响分析	第4章 推销模式研究	4.1 埃达(AIDA)模式	4.2 迪伯达(DIPADA)模式	4.3 埃德帕(IDEPA)模式	4.4 费比(FABE)模式	第5章 顾客购买行为分析	5.1 顾客购买行为分析	5.2 顾客的类型和影响顾客购买行为的主要因素	5.3 顾客购买决策过程	第6章 顾客激励与顾客满意度理论	6.1 顾客满意度	6.2 顾客忠诚管理	下篇 推销技巧	第7章 推销调研	7.1 市场调研概述	7.2 市场调研的流程	7.3 市场调研的主题	7.4 市场调研的资料收集	7.5 市场调研报告	第8章 接近顾客	8.1 约见顾客	8.2 接近顾客	8.3 接近顾客的步骤	第9章 推销洽谈	9.1 推销洽谈概述	9.2 推销洽谈的步骤	9.3 推销洽谈的策略	9.4 推销洽谈的技巧	第10章 顾客异议处理	10.1 认识顾客异议	10.2 顾客异议的根源	10.3 处理顾客异议	第11章 网络推销	第12章 电话推销	第13章 推销礼仪参考文献
------	------	--------	-----------	--------------	--------------------	--------------	-------------------	------------	------------	------------	------------------	--------	----------	--------------------------	------------	----------------	-------------------	------------------	----------------	--------------	--------------	-------------------------	--------------	------------------	-----------	------------	---------	----------	------------	-------------	-------------	---------------	------------	----------	----------	----------	-------------	----------	------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	--------------	-------------	-----------	-----------	---------------

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>