

<<推销实务>>

图书基本信息

书名：<<推销实务>>

13位ISBN编号：9787115238986

10位ISBN编号：7115238987

出版时间：2010-12

出版时间：人民邮电出版社

作者：陈妍 编

页数：156

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>

## <<推销实务>>

### 内容概要

本书主要内容有推销准备、客户开发、客户拜访、推销洽谈、推销成交和推销管理等。

本书依据高职高专教育的培养宗旨和人才培养模式的基本要求，围绕营销职业岗位群的特点，以培养学生推销综合能力特别是创新能力和实践能力为主线，打破了学科化体系，按照基于工作过程和行动导向课程改革思想，结合考证和学科体系，做到课证融合，以练为主，学、做、练结合。

本书可作为高职和专科院校经济管理类专业的教材，也可作为企业一线营销工作者的业务参考书。

## &lt;&lt;推销实务&gt;&gt;

## 书籍目录

课题一 推销准备	第一部分 案例与讨论	案例 乔·吉拉德成功的秘诀	第二部分 课题学习引导
1.1 推销岗位准备	1.1.1 推销的概念	1.1.2 推销的要素	1.1.3 推销的方式
1.1.4 推销的特点	1.1.5 推销的原则	1.1.6 推销的作用	1.1.7 推销方格理论
1.1.8 推销模式	1.2 推销的礼仪准备	1.2.1 基本推销礼仪	1.2.2 交谈礼仪
1.2.3 体态礼仪	1.2.4 服饰礼仪	1.3 推销职业素养准备	1.3.1 推销人员的职责
1.3.2 推销人员应具备的基本能力	1.3.3 推销人员的基本素质	第三部分 课题实践页	课题二 客户开发
第一部分 案例与讨论	案例 两张白纸的秘密	第二部分 课题学习引导	2.1 目标客户的寻找
2.1.1 寻找客户的基础工作	2.1.2 寻找客户的常用方法	2.2 客户资格审查	2.2.1 客户需求的评审与验定
2.2.2 客户购买力的评审与验定	2.2.3 客户购买决策权的评审与验定	2.2.4 建立客户档案	第三部分 课题实践页
课题三 客户拜访	第一部分 案例与讨论	案例 处处留心,投其所好	第二部分 课题学习引导
3.1 约见客户	3.1.1 约见客户的准备	3.1.2 约见客户的工作内容	3.1.3 约见客户的方法
3.2 接近客户	3.2.1 接近客户前的准备	3.2.2 接近客户的步骤	3.2.3 接近客户的方法
第三部分 课题实践页	课题四 推销洽谈	第一部分 案例与讨论	案例 中韩谈判
第二部分 课题学习引导	.....	课题五 推销成交	课题六 推销管理参考文献

<<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>