

<<促销员岗位培训手册>>

图书基本信息

书名：<<促销员岗位培训手册>>

13位ISBN编号：9787115264534

10位ISBN编号：7115264538

出版时间：2011-10

出版时间：人民邮电出版社

作者：王淑燕

页数：260

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>

## <<促销员岗位培训手册>>

### 内容概要

《促销员岗位培训手册——促销员应知应会的9大工作事项和57个工作小项(图解版)》从促销员岗位实际出发,系统介绍了促销活动策划、做好促销准备、引起顾客的注意和兴趣、激发顾客的购买欲望、促成交易、增加顾客购后满意度、促销信息管理、促销活动结束与总结和处理卖场危机等9大工作事项和57个工作小项,并对其进行了图解演示与说明,可作为促销员的工作规范培训手册。

《促销员岗位培训手册——促销员应知应会的9大工作事项和57个工作小项(图解版)》适合促销员、促销策划人员、商场营业人员、市场营销管理人员以及企业培训人员阅读使用,也可作为企业促销岗位人员的培训教材。

## <<促销员岗位培训手册>>

### 书籍目录

- 第一章 促销员的具体工作事项
  - 第一节 促销员9大工作事项
  - 第二节 促销员应该了解的知识
- 第二章 策划促销活动
  - 第一节 进行促销调查应知应会的4个工作小项
  - 第二节 策划促销活动应知应会的6个工作小项
- 第三章 做好促销准备
  - 第一节 促销前的工作准备应知应会的4个工作小项
  - 第二节 促销前的个人准备应知应会的2个工作小项
- 第四章 引起顾客的注意和兴趣
  - 第一节 接近顾客应知应会的3个工作小项
  - 第二节 引起顾客的兴趣应知应会的2个工作小项
- 第五章 激发顾客的购买欲望
  - 第一节 产品说明和示范应知应会的2个工作小项
  - 第二节 处理顾客对产品的态度应知应会的3个工作小项
- 第六章 促成交易
  - 第一节 建议顾客购买应知应会的4个工作小项
  - 第二节 捕捉顾客购买信号应知应会的2个工作小项
  - 第三节 促成交易应知应会的3个工作小项
- 第七章 增加顾客购后满意度
  - 第一节 安排付款与送货应知应会的4个工作小项
  - 第二节 提供售后服务应知应会的4个工作小项
- 第八章 促销信息管理
- 第九章 促销活动结束与总结
- 第十章 处理卖场危机

## <<促销员岗位培训手册>>

### 章节摘录

在终端竞争异常激烈的销售环境中，经常会遇到其他品牌产品的促销员在顾客付款途中对顾客进行拦截，从而影响产品销售的情况。

在促销员销售产品的整个过程中，顾客付款时最容易走出促销员的“势力范围”，从而成为竞争对手游说的对象。

因此，促销员在顾客付款的过程中应该“保护”好顾客的安全，不要让竞争对手有机可乘。

促销员防止竞争对手的拦截。

应该注意以下4点。

如果条件允许的话，促销员最好亲自带领顾客到收银台付款，“收银台在那边，我带您过去付款吧！”

这样做不仅提高了顾客的满意度，还会让顾客觉得促销员很热心，同时也防止了竞争对手拦截的情况。

如果促销活动现场人很多，促销员实在无法抽身带领顾客去付款，可以给顾客指明到收银台的具体路径，让顾客自行付款。

但是促销员为顾客指的路径应该选择竞争品牌少、竞争不激烈的通道。

举行促销活动时，如果活动现场有临时促销员，可以安排临时促销员带领顾客付款。

.....

## <<促销员岗位培训手册>>

### 编辑推荐

规范每个岗位的工作要求，提供清晰明了的工作方案，量化工作岗位的具体内容，提供工作绩效的考核依据。

促销员应知应会的9大工作事项：策划促销活动，做好促销准备，引起顾客的注意和兴趣，激发顾客的购买欲望，促成交易，增加顾客购后满意度，促销信息管理，促销活动结束与总结，处理卖场危机。

促销员应知应会的9大工作事项和57个工作小项。

<<促销员岗位培训手册>>

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>