

<<现代推销实务>>

图书基本信息

书名：<<现代推销实务>>

13位ISBN编号：9787121007897

10位ISBN编号：7121007894

出版时间：2005-5

出版时间：电子工业

作者：李红梅

页数：208

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>

## &lt;&lt;现代推销实务&gt;&gt;

## 内容概要

《教育部职业教育与成人教育司推荐教材·中等职业学校教学用书·现代市场营销专业：现代推销实务》系统而精练地阐述了现代推销概述、寻找客户、制定推销计划、接近客户、推销洽谈、处理客户异议、促成交易、客户关系管理、推销管理等内容。

书中把“制定推销计划”和“客户关系管理”独自成章，符合市场的需要并适应了形势的发展。

《教育部职业教育与成人教育司推荐教材·中等职业学校教学用书·现代市场营销专业：现代推销实务》在阐述形式上也改变了以往同类教材以理论知识为核心的模式，尽量简化理论知识，以“够用、实用”为原则，以为学生学习和推销员培训提供一本“工作手册”为宗旨，增加了大量图表、实例，各章还增加了“引例”、“思考题”、“本章小结”、“练习与实训”、“补充阅读材料”、“友情推荐”等栏目。

《教育部职业教育与成人教育司推荐教材·中等职业学校教学用书·现代市场营销专业：现代推销实务》为教育部职业教育与成人教育司推荐教材，可作为中等职业学校市场营销、现代物流、电子商务等专业的教材，也可用做各种层次成人教育、企业培训的教材。

《教育部职业教育与成人教育司推荐教材·中等职业学校教学用书·现代市场营销专业：现代推销实务》还配有电子教学参考资料包（包括教学指南、电子教案及习题答案），详见前言。

## &lt;&lt;现代推销实务&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章 现代推销概述引例1.1 现代推销的含义1.1.1 什么是现代推销1.1.2 怎样理解现代推销的含义1.2 现代推销的方式1.2.1 零级渠道的销售方式1.2.2 一级渠道的销售方式1.2.3 二级渠道的销售方式1.2.4 三级渠道的销售方式1.3 现代推销的程序1.3.1 准备工作1.3.2 寻找客户1.3.3 接近客户1.3.4 推销洽谈1.3.5 客户管理1.4 推销模式1.4.1 爱达模式(AIDA) 1.4.2 迪伯达模式(DIPPDA) 1.4.3 埃德帕模式(IDEPA) 1.5 推销员应具备的素质和能力1.5.1 素质要求1.5.2 能力要求本章小结练习与实训补充阅读材料友情推荐第2章 寻找客户引例2.1 寻找客户2.1.1 客户的类型2.1.2 寻找客户前的心理准备和基础工作2.1.3 客户范围的确定2.1.4 寻找客户的途径2.2 客户资格审查2.2.1 客户需求审查——是否需要2.2.2 客户支付能力审查——是否有钱购买2.2.3 客户购买决策权审查——是否能“当家做主”本章小结练习与实训补充阅读材料友情推荐第3章 制定推销计划引例3.1 推销计划的作用和类型3.1.1 推销计划的作用3.1.2 推销计划的类型3.2 部门推销计划的编制程序3.2.1 分析现状3.2.2 确定推销目标3.2.3 分配推销任务3.2.4 综合编制推销计划3.2.5 执行并检测计划3.3 个人推销计划的编制程序3.3.1 对潜在客户的情况调查3.3.2 确定推销活动的具体目标3.3.3 研究推销策略3.3.4 制定推销计划3.3.5 推销计划的实施本章小结练习与实训补充阅读材料友情推荐第4章 接近客户引例4.1 接近客户前的准备4.1.1 初次准备4.1.2 日常准备4.2 约见客户4.2.1 约见的内容4.2.2 约见方式4.3 接近客户4.3.1 接近客户的步骤4.3.2 接近客户的技巧4.3.3 接近客户的基本方法本章小结练习与实训补充阅读材料友情推荐第5章 推销洽谈……第6章 处理客户异议第7章 促成交易第8章 客户关系管理第9章 推销管理参考文献

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>