

<<推销理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<推销理论与实务>>

13位ISBN编号：9787122157706

10位ISBN编号：7122157709

出版时间：2013-1

出版时间：化学工业出版社

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>

<<推销理论与实务>>

内容概要

《推销理论与实务(第2版)》以“典型工作任务”为载体,以完成工作任务的顺序和过程为原则选取、序化教材内容,共设置了6个学习任务,分别是任务1(含三个子任务):认识推销及推销职业;任务2(含三个子任务):接近顾客;任务3(含五个子任务):推销洽谈;任务4(含两个子任务):处理顾客异议;任务5(含三个子任务):推销成交;任务6(含三个子任务):推销管理。共包括19个子任务,每个子任务的完成通过相关资讯、决策与计划、任务实施、检查评估与反馈四个步骤完成。

任务完成过程体现了“教、学、做”一体化的教学思路,以学生职业素质养成为目标。

《推销理论与实务(第2版)》精心编排了导入案例、名家观点、销售精英经验谈、同步案例、知识链接等内容,方便学习者从不同角度理解推销理念。

巩固与提高及自测题部分,主要目的是锻炼学习者的创新思维与分析问题解决问题的能力,培养、考查学习者对推销理论与技巧的运用。

推销人员面对的顾客有两类:个人顾客和组织顾客,其中组织类客户有其独有的特点,《推销理论与实务(第2版)》特别注重了对组织类客户的分析并精心选择了相关的案例。

《推销理论与实务(第2版)》适合高职高专类院校市场营销及相关专业学生使用,也可用于企业销售业务人员培训使用。

<<推销理论与实务>>

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>