第一图书网, tushu007.com

<<现代销售学>>

图书基本信息

书名：<<现代销售学>>

13位ISBN编号：9787300161617

10位ISBN编号：7300161618

出版时间：2012-9

出版时间：中国人民大学出版社

作者：曼宁　等著

页数：440

字数：746000

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

内容概要

《现代销售学(英文版第12版工商管理经典教材)》(作者杰拉尔德·L·曼宁、迈克尔·阿亨、巴里·L·里斯)以人员销售哲学为基础，围绕建立优质伙伴关系，论述了人员销售的四大支柱：关系战略、产品战略、客户战略和展示战略，系统地介绍了人员销售的概念、方法和技能，最后落点到销售管理，为销售人员晋升到管理岗位提供了全面指导。

《现代销售学(英文版第12版工商管理经典教材)》配套中文版已推出，供读者参照阅读。

作者简介

迈克尔·阿亨是休斯敦大学卓越销售研究所（SEI）的教授和主任。
卓越销售研究所被看做世界上大学中推销课程规划的主导院校之一，培训了超过2000名销售专业的学生，每年与200多家重要的公司保持合作关系。
他在印第安纳大学获得营销学博士学位，同时在康涅狄格大学和宾夕法尼亚州立大学执教。
另外，他还在澳大利亚、比利时、法国、印度、西班牙和俄罗斯等国家跨国讲授销售和销售管理的课程。

他在《营销学学报》、《营销研究学报》、《管理科学》、《应用心理学学报》、《营销研究国际学报》、《营销科学学会学报》等重要的学术杂志上发表了关于影响销售人员、销售团队和销售组织绩效的因素的论文。
他曾经在顶级营销和管理杂志任职，目前担任《人员推销和销售管理》杂志副主编，这本杂志是国际上领先的学术性期刊。
他的著作也出现在许多商业和流行出版物上，包括《商业2.0》、《每日商业投资者》、《美国新闻及世界报道》和《INC》杂志等。

在进入学术界之前，他是蒙特利尔博览会队的专业棒臻运动员，也曾就职于礼来公司、PCS保健公司。
他在许多行业积极地从事顾问工作，如保险业、保健业、消费品行业、技术行业及交通运输行业。

曼宁先生担任营销／管理系主任长达30余年，除了行政职务外，他还是销售和销售管理课程的主讲。
课堂为他提供了研究诸如角色扮演／模拟、竞赛、交互式验证法等各种各样基于经验的学习方法的机会。
本书第11版中所讲述的现代推销中的“伙伴关系推销：角色扮演／模拟”就是由曼宁先生在课堂上开发出来的，并进行了实验。
在现实生活中，他还将许多人员推销的原则和实践经验应用于自己创建的房地产管理和开发公司。

他担任过500多家企业高层管理者和老板的销售和营销顾问，其中包括几家全国性的公司。
此外，他还经常作为报告人出席全国性的销售会议并被所在大学授予“年度杰出教员”称号。

里斯博士30余年来一直致力于在销售、领导学、人类关系和管理领域中的教学、科研、咨询和培训项目的开发。
他主持和领导过600多次为公共部门及私有部门举办的各类研讨会和专题学术讨论会，并且编写过多本销售、监控、沟通和管理方面的著作。
他被美国教育和培训协会弗吉尼亚分会提名为“年度培训师”，并且被弗吉尼亚州立理工学院和州立大学的人力资源与教育学院授予“卓越教育奖”。

他一直为众多杂志撰稿，单独执笔和与他人合著出版过30本著作，包括《商业学》、《人际关系——原理和实践》、《行为的监控和领导》、《高效的人际关系——个人和组织中应用》等。
此外，他还在劳氏公司（Lowe's Complies）、WLR食品公司（WLR Foods）、加里鞋业（Kinney Shoe Corporation）、卡里赖恩医疗卫生系统（Carilion Health System）等许多营利性和非营利性组织中担任顾问。

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

第1篇　建立人员销售理念
　第1章　信息经济中关系销售的机遇
　第2章　与市场营销观念互补的销售模型的演化
第2篇　建立关系战略
　第3章　关系战略创造价值
　第4章　沟通风格：适应性现代销售的关键
　第5章　伦理：销售关系的基础
第3篇　建立产品战略
　第6章　创建产品解决方案
　第7章　增值型产品销售战略
第4篇　建立客户战略
　第8章　购买过程和购买者行为
　第9章　建立与审查潜在客户数据库
第5篇　建立展示战略
　第10章　以适应性销售接近客户
　第11章　以顾问式询问战略确定客户需求
　第12章　以顾问式展示创造价值
　第13章　以协商消除客户顾虑
　第14章　适应性成交与伙伴关系确认
　第15章　客户服务与伙伴关系培养
第6篇　　自我管理和团队管理
　第16章　机会管理：提高销售绩效的关键
　第17章　销售团队管理

编辑推荐

《现代销售学(英文版第12版工商管理经典教材)》(作者杰拉尔德·L·曼宁、迈克尔·阿亨、巴里·L·里斯)以人员销售哲学为基础，全书分为信息经济中关系销售的机遇；创建产品解决方案；建立与审查潜在客户数据库；适应性成交与伙伴关系确认；客户服务与伙伴关系培养等内容。

本书适合从事相关研究工作的人员参考阅读。

第一图书网, tushu007.com

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