

<<销售学>>

图书基本信息

书名：<<销售学>>

13位ISBN编号：9787301123058

10位ISBN编号：7301123051

出版时间：2008-1

出版时间：北京大学

作者：[美]GeraldL.Mann

页数：500

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>

## <<销售学>>

### 内容概要

本书分6部分17章，从关系战略、产品战略、顾客战略和陈述战略系统介绍了人员销售的概念、方法和技能。

其中，第一部分介绍了人员销售和营销观念，以及信息时代的人员销售机会。

第二部分讨论了人员销售的关系战略。

第三部分讨论了如何创建产品方案和产品销售战略。

第四部分介绍了顾客为什么要购买、怎样购买，并解释了如何识别潜在顾客。

第五部分强调了销售人员作为顾客的产品推荐者、顾问和伙伴的概念。

第六部分则介绍了销售人员如何进行自我管理和管理他人。

为了方便课程教学，本书提供了大量真实的案例，并设计了角色扮演练习，同时还介绍了不同国家的商业文化，具有较强的可操作性。

## 作者简介

作者：(美国)GERALD MANNING (美国)BARRY REECE MANNING 得梅因地区社区学院营销/管理系主任，除了担任整整职务外，他还是销售和 sales 管理课程的主讲人，在课堂教学中他尝试了各种学习方法，如加色扮演，模拟，竞赛和互动演示。

当人过五百多家企业高层管理者和企业主的销售和营销顾问，其中包括几家国家性的大公司，经常作为报告人出席全国性的销售会议并被得梅因地区学院授予“年度杰出教师”的称号 REECE 佛吉尼亚理工学院州立大学教授，三十多年来他一直致力于销售，领导学，人际关系和管理领域的教学，研究，咨询和培训项目的开发工作，他为公共部门和私人组织主持过六百多个研究班和研讨会，并在销售，沟通和管理等方面拥有很多著述，他曾获得美国培训与发展协会弗吉尼亚分会授予的“年度最佳培训师”称号，以及弗吉尼亚理工学院州立大学人文科学和教育学院授予的“杰出教学奖”

## 书籍目录

Preface xvii Acknowledgments xxiii

PART 1 Developing a Personal Selling Philosophy

1. PERSONAL SELLING AND THE MARKETING CONCEPT

2. PERSONAL SELLING OPPORTUNITIES IN THE AGE OF INFORMATION

PART 2 Developing a Relationship Strategy

3. CREATING VALUE WITH A RELATIONSHIP STRATEGY

4. COMMUNICATION STYLES: MANAGING SELLING RELATIONSHIPS

5. ETHICS: THE FOUNDATION FOR RELATIONSHIPS IN SELLING

PART 3 Developing a Product Strategy

6. CREATING PRODUCT SOLUTIONS

7. PRODUCT-SELLING STRATEGIES THAT ADD VALUE

PART 4 Developing a Customer Strategy

8. THE BUYING PROCESS AND BUYER BEHAVIOR

9. DEVELOPING AND QUALIFYING A PROSPECT BASE

PART 5 Developing a Presentation Strategy

10. APPROACHING THE CUSTOMER

11. CREATING THE CONSULTATIVE SALES PRESENTATION

12. CREATING VALUE WITH THE SALES DEMONSTRATION

13. NEGOTIATING BUYER CONCERNS

14. CLOSING THE SALE AND CONFIRMING THE PARTNERSHIP

15. SERVICING THE SALE AND BUILDING THE PARTNERSHIP

PART 6 Management of Self and Others

16. OPPORTUNITY MANAGEMENT: THE KEY TO GREATER SALES PRODUCTIVITY

17. MANAGEMENT OF THE SALES FORCE

APPENDIX 1 FINDING EMPLOYMENT: A PERSONALIZED MARKETING PLAN FOR THE AGE OF INFORMATION

APPENDIX 2 PARTNERSHIP SELLING: A ROLE-PLAY/SIMULATION FOR SELLING TODAY

Endnotes  
Glossary



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>