

<<营销礼仪>>

图书基本信息

书名：<<营销礼仪>>

13位ISBN编号：9787302203728

10位ISBN编号：7302203725

出版时间：2009-8

出版时间：清华大学出版社

作者：吴良勤，孟庆荣 主编

页数：176

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>

<<营销礼仪>>

前言

根据《国务院关于大力发展职业教育的决定》中关于“加强职业院校学生实践能力和职业技能的培养”，我们组织编写了这套《职业教育现代市场营销专业系列教材》。

自2008年年底金融危机蔓延以来，外贸出口下降、外国投资锐减、GDP增速放缓……成千上万的企业都面临订单减少，竞争加剧，企业经营不确定性因素增加的局面，因此，企业对企业前进的火车头——推销工作寄予的希望越来越大，因而对推销员的要求也越来越高。

他们不仅给推销员制定的销售指标越来越高，而且要求推销员承担收集市场信息等传统销售以外的工作。

由于企业对推销工作寄予的希望越来越大，所以对推销教学工作的要求也越来越高。

为了满足当前推销教学的需求，我们在编写本套丛书的过程中力求将近几年来推销教学中的经验融于其中。

本套丛书包括《现代推销理论与案例分析》、《直销实务与案例分析》、《市场营销实务与案例分析》、《网络营销》、《市场调查与预测》、《消费者心理学》和《营销礼仪》。

这七本书内容相互衔接和补充。

本套丛书有以下特点。

第一，实用。

许多传统推销学教材还保留着计划经济的特征，推销员在推销过程中，既不用面对客户的“货比三家”，更没有竞争对手的“搅局”-由于这种理论远离现实，所以基本上没有什么实用价值。

本套教材以现实的推销工作流程为依据，对推销工作的各个环节进行详尽的讲解和分析，并辅以大量鲜活的工作案例帮助学生理解，因而实用性很强。

第二，新颖。

在结构上，根据职业教育的特点，在每一章的后面增加了“案例分析”和“实训”。

通过这种分析和实训，能大大提高学生对推销工作的感性认识，因而能在将来的实际工作中很快地进入角色。

第三，通俗。

推销学是一门经验性很强的科学，作为教材，它的主要读者又是职业院校学生，所以它需要通俗易懂，因此，本套丛书在严谨的基础上追求语言的口语化和形象化，让学生更加容易接受和消化。

尽管竭诚努力，但由于编者的水平有限，本套丛书仍有种种不足之处。

作为本套丛书的主编，我期望与广大读者交流，因此，欢迎读者登录笔者的“一平工作室”（<http://www.tanyiping.com>），对本书给予批评指正，以便在将来将其修订完善。

<<营销礼仪>>

内容概要

本书详尽地介绍了营销过程中的礼仪，融入了营销礼仪最新实践成果，对与客户交流需注意细节的讲解是本书的创新。

本书语言通俗易懂，深入浅出，内容包括：给客户留下良好的第一印象、与客户交流注意的细节、与客户高效地进行沟通、处理客户的异议、接待和营销活动中的礼仪、送礼和用餐、各国社交禁忌等。

本书可作为职业院校市场营销及相关专业的教材和本科院校相关专业的辅助教材，也可作为企业营销工作人员的培训教材和对市场营销感兴趣的人员的自学用书。

<<营销礼仪>>

书籍目录

第一章 营销礼仪概述	第一节 礼仪概述	一、礼仪的起源和发展	二、礼的相关概念	三、礼仪的特征	四、现代礼仪的原则	五、礼仪的综合功能	第二节 营销礼仪概述	一、营销礼仪的含义	二、营销礼仪的基本要素	三、营销礼仪的作用	四、营销礼仪的基本理论	本章 思考与练习											
第二章 现代社交个人形象礼仪	第一节 仪容仪表	一、美发礼仪	二、护肤礼仪	三、化妆礼仪	第二节 服装与配饰	一、正装礼仪	二、宴会装礼仪	三、日常着装礼仪	四、配饰礼仪	五、着装的四大原则	第三节 仪姿仪态	一、站姿	二、行姿	三、坐姿	四、蹲姿	五、微笑	六、眼神礼仪	七、手势礼仪	本章 思考与练习				
第三章 营销交际交往的基本礼仪	第一节 营销人员交际交往的一般原则	一、互尊原则	二、信用原则	三、相容原则	四、真诚原则	五、适度原则	第二节 营销人员会见礼仪	一、介绍礼仪	二、名片礼仪	三、握手礼仪	第三节 营销人员拜访礼仪	一、拜访前的准备	二、拜访中的礼仪	三、营销人员的拜访规格	二、制订接待计划	三、做好迎送工作	四、接待客人要注意的事项	本章 思考与练习					
第四章 营销人员的交际礼仪	第一节 营销人员的语言规范	一、语言的基本要求	二、称呼礼仪	三、营销礼仪文明用语	四、营销礼仪规范用语	第二节 营销人员交谈礼仪	一、交谈话题的选择	三、掌握闲谈技巧	四、不被人喜欢的谈话者	第三节 营销人员电话礼仪	一、打电话的礼仪	二、接电话的礼仪	三、使用移动电话的礼仪	四、电话营销的注意事项	第四节 营销人员传真及电子邮件礼仪	一、收发传真礼仪	二、收发电子邮件礼仪	本章 思考与练习					
第五章 营销活动中的宴请礼仪	第一节 宴请概述	一、宴会	二、招待会	三、工作宴会	第二节 中餐宴会礼仪	一、宴会的筹备	二、宴请程序	三、赴宴的礼仪	四、饮酒的礼仪	第三节 西餐宴会礼仪	一、西式宴请的种类	二、西餐的餐具及用法	三、西餐的礼仪	第四节 鸡尾酒会、自助餐礼仪	一、鸡尾酒会的礼仪	二、自助餐的礼仪	第五节 舞会礼仪	一、组织舞会的礼仪	二、参加舞会的礼仪	三、舞会的注意事项	本章 思考与练习		
第六章 营销活动礼仪	第一节 促销概述	二、促销礼仪	第二节 营销谈判礼仪	一、谈判概述	二、谈判礼仪	第三节 展览会礼仪	一、展览会的特点	二、展览会的组织	三、展览会的参加礼仪	第四节 新闻发布会礼仪	一、发布会的准备	二、发布会进行过程中的礼仪	三、发布会的善后事宜	第五节 营销仪式和专项活动礼仪	一、开业仪式礼仪	二、签字仪式礼仪	三、签字仪式的程序	本章 思考与练习					
第七章 世界各国营销礼仪与习俗	第一节 亚洲国家和地区的营销礼俗与禁忌	一、日本	二、韩国	三、新加坡	四、马来西亚	五、泰国	第二节 欧洲国家和地区的营销礼俗与禁忌	一、英国	二、法国	三、德国	四、意大利	五、俄罗斯	第三节 美洲主要国家及地区的营销礼俗与禁忌	一、美国	二、加拿大	三、巴西	一、澳大利亚	二、新西兰	第五节 非洲主要国家及地区的营销礼俗与禁忌	一、埃及概况	二、营销礼仪	三、礼仪禁忌	本章 思考与练习

<<营销礼仪>>

章节摘录

1.打电话的时间选择首先要选择好打电话的时间，有的公司希望一上班就接这样的电话，以便能有一整天时间可做其他事情。

而有的则宁愿在一天工作即将结束的时候再接这样的电话。

如果想通过电话定期和对方进行某种讨论。

应征询对方定在哪一天、哪一个时段更为方便。

这样做，既是为了使对方能定下心来与你从容讨论，同时也是个礼仪问题。

在别人正忙时去电话打扰是很不礼貌的行为。

在电话中要说明打电话的目的以及需要多长时间。

在具体打电话时要再问一下对方，此时打去电话对方是否方便。

突然打电话，成为“不速之客”，也是不文明的做法。

如果不得不在对方不方便的时候去打搅，应当先表示歉意并说明原因。

给单位打电话应避开快下班的时间；居家打电话应避开早晨太早、午睡及晚上太晚的时间。

2.在电话机旁一般要备有常用电话号码表和适宜做电话记录的笔和纸重要电话及内容较多的电话，可以事先拟好通话要点。

要考虑好通话内容，理顺说话的顺序。

可以事先写在纸上。

3.要有喜悦的心情打电话时我们要保持良好的心情，这样即使对方看不见你，但是从欢快的语调中也会被感染，给对方留下极佳的印象，由于面部表情会影响声音的变化，所以即使在电话中，也要抱着“对方看着我”的心态去应对。

4.注意通话礼仪电话拨通后，应先说一声“您好！”

”，然后问一声“这里是某某单位吗？”

”得到明确答复后，再自报家门“我是某某单位某某人”，然后报出自己要找的人的姓名。

如果是秘书接的，等要找的人来时还要再说一下自己的单位和姓名。

如对方告知“某某不在”时，切不可“咔嚓”一下就挂断电话。

应说“谢谢，我过会儿再打”或“如方便，麻烦您转告某某”，或“请告诉他回来后给我来个电话，我的电话号码是××”等；

<<营销礼仪>>

编辑推荐

《营销礼仪》由清华大学出版社出版。

<<营销礼仪>>

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>