

<<现代推销理论与案例分析>>

图书基本信息

书名：<<现代推销理论与案例分析>>

13位ISBN编号：9787302206026

10位ISBN编号：7302206023

出版时间：2009-9

出版时间：清华大学出版社

作者：谭一平

页数：273

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>

<<现代推销理论与案例分析>>

内容概要

本书以推销过程为主线，融入了推销最新实践成果，对如何与客户讨价还价的讲解及案例分析是本书的创新。

本书语言通俗易懂，深入浅出，内容包括寻找客户、拜访客户、与客户谈判、客户管理和推销员的自我发展等。

本书可作为中、高等职业院校市场营销专业教材，也可作为企业中从事市场营销工作人员的参考用书。

<<现代推销理论与案例分析>>

书籍目录

第一章 现代推销概述

第一节 现代推销的含义

第二节 推销渠道

第三节 从事推销工作的思想准备

第四节 如何找到满意的推销工作

案例分析

课堂实训

第二章 推销员的基本条件

第一节 推销员的外在条件

第二节 推销员必备的素质

第三节 推销员必备的能力

第四节 推销员的职业道德

第五节 推销员的职业形象

案例分析

课堂实训

第三章 工作知识

第一节 增加销售额的八大要点

第二节 保持成本意识提高利润率

第三节 提高时间使用效率的技巧

第四节 收集市场信息

案例分析

课堂实训

第四章 推销员必备的知识

第一节 制造“话题”

第二节 产品(服务)知识

第三节 营销知识

第四节 生活常识

第五节 心理学常识

第六节 企业管理常识

第七节 财会常识

第八节 法律常识

第五章 人际沟通

第一节 人际关系概述

第二节 处理人际关系的原则

第三节 沟通的方法

第四节 与上司、同事及亲人的关系

第五节 提高情商

案例分析

课堂实训

第六章 寻找客户

第一节 发现客户

第二节 与客户联系

案例分析

课堂实训

第七章 拜访客户

<<现代推销理论与案例分析>>

第一节 第一次拜访客户

第二节 开发新客户

第三节 出差

案例分析

课堂实训

第八章 与客户谈判

第一节 谈判准备工作

第二节 报价的原则

第三节 讨价还价的技巧

第四节 参与招标

第五节 与同行竞争

第六节 签订合同

第七节 签订合同之后

第八节 处理客户的投诉和索赔

第九节 回收货款

案例分析

课堂实训

第九章 客户管理

第一节 与客户的日常交往

第二节 与客户的应酬

第三节 客户档案

案例分析

课堂实训

第十章 自我发展

第一节 自我管理

第二节 职业规划

第三节 创立个人事业

案例分析

课堂实训

参考文献

<<现代推销理论与案例分析>>

编辑推荐

《现代推销理论与案例分析》根据现代推销的特点，深入浅出地介绍了现代推销的基本理论，着重介绍了现代推销的方法，结合对最新案例的分析突出现代推销的实际应用，侧重现代推销实践操作能力的培养。

《现代推销理论与案例分析》在内容体系的设置上充分考虑职业教育的特点，突出了实际操作能力的培养，重点介绍了现代推销中寻找客户、拜访客户、与客户谈判、客户管理等内容。不但使得读者可以学习现代推销的基本理论知识，同时也可以掌握现代推销的实际操作技巧，具有较强的实用性。

<<现代推销理论与案例分析>>

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>