

<<现代推销技术>>

图书基本信息

书名：<<现代推销技术>>

13位ISBN编号：9787302219132

10位ISBN编号：7302219133

出版时间：2010-2

出版时间：清华大学出版社

作者：李文国，夏冬 主编

页数：207

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>

<<现代推销技术>>

内容概要

本书以掌握现代推销基本理论知识、培养实践应用能力、养成良好的职业素养为基本目标，遵循够用实用原则，系统地阐述了现代推销的基本原理、技术和技巧。

全书共分9章，包括推销概述、推销方格与模式、推销环境与顾客购买行为分析、推销中的礼仪技术、推销接近技术、推销洽谈技巧、推销成交技术、推销异议处理和推销管理。

本书既选用了当今世界的优秀案例，又选取了紧密结合中国实际的案例资料。

为方便该课程的教学，各章均设计课堂实训和课外实训，实用性强，具有可操作性。

本书既适合作为高职高专院校、应用型本科院校市场营销等相关专业的教材，也可作为企业培训教材和推销员学习用书。

<<现代推销技术>>

书籍目录

第1章 推销概述	1.1 认识推销	1.1.1 推销的含义	1.1.2 推销的特点	1.1.3 推销与市场营销的关系
	1.2 推销要素与原则	1.2.1 推销要素	1.2.2 推销原则	1.3 推销的一般过程
	1.3.1 寻找客户	1.3.2 推销接近	1.3.3 推销洽谈	1.3.4 处理异议
	1.3.5 推销成交	1.3.6 售后服务	1.3.7 信息反馈	1.4 推销学的演变过程与研究对象
	1.4.1 推销学的演变过程	1.4.2 现代推销学的研究对象	1.4.3 现代推销学的研究内容	1.4.4 推销学的研究方法
本章小结	巩固与应用	第2.1 推销方格与模式	2.1 推销方式	2.1.1 直接推销方式
			2.1.2 间接推销方式	2.2 方格理论
		2.2.1 推销员方格理论	2.2.2 顾客方格理论	2.2.3 推销员方格与顾客方格的关系
		2.3 推销模式	2.3.1 爱达模式	2.3.2 迪伯达模式
			2.3.3 埃德帕模式和费比模式	本章小结
		巩固与应用	第3章 推销环境与顾客购买行为分析	3.1 推销环境概述
			3.1.1 推销环境对推销活动的影响	3.1.2 正确面对推销环境
			3.1.3 推销环境的内容	3.2 消费者购买行为分析
		3.2.1 消费者市场和组织市场	3.2.2 消费者市场分析	3.2.3 组织市场的购买行为
		本章小结	巩固与应用	第4章 推销中的礼仪技术
			4.1 送访礼仪	4.1.1 拜访礼仪
			4.1.2 迎送礼仪	4.1.3 宴请礼仪
			4.1.4 赠送礼仪	4.2 交谈礼仪
			4.2.1 使用敬语	4.2.2 注视
			4.2.3 聆听	4.2.4 拒绝
		4.3 体态礼仪	4.3.1 面部礼仪	4.3.2 动作礼仪
		4.4 仪表礼仪	4.4.1 服装礼仪	4.4.2 首饰礼仪
			4.4.3 化妆礼仪	本章小结
		巩固与应用	第5章 推销接近技术	第6章 推销洽谈技巧
			第7章 推销成交技术	第8章 推销异议处理
			第9章 推销管理	参考文献

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>