

<<推销技巧与实战>>

图书基本信息

书名：<<推销技巧与实战>>

13位ISBN编号：9787302290056

10位ISBN编号：7302290059

出版时间：2012-8

出版时间：清华大学出版社

作者：冯华亚 编

页数：234

字数：372000

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>

<<推销技巧与实战>>

内容概要

本书从实践出发，以必要的推销理论和技巧为依据，以培养实际的推销技能为重点。

《新世纪高职高专课程与实训系列教材：推销技巧与实战（第2版）》主要对推销工作的基本知识、推销活动过程、推销人员对不同类型的客户展开推销的要点、组织客户的开发技巧、大客户开发实战技巧、推销大师对推销的感悟以及行销高手的心得等进行了阐述，并结合每章的内容，给出了思考题、练习题和案例分析，以提高推销的实际技能，使理论与实践紧密地结合在一起。

《新世纪高职高专课程与实训系列教材：推销技巧与实战（第2版）》相关案例的选用充分考虑了我国的具体国情和文化特点，侧重应用性和实效性，既易于理解和掌握，又有利于培训推销人员和指导推销活动的具体实践。

本书可作为高职高专市场营销、商务、经济管理类专业教材，亦可供从事实际推销工作的人员学习参考。

<<推销技巧与实战>>

书籍目录

第一章 推销概论

第一节 推销的本质

- 一、什么是推销
- 二、推销的特点与功效
- 三、推销工作对推销员的作用
- 四、推销的原则
- 五、推销的三要素
- 六、现代推销学的发展

第二节 推销方式及类型

- 一、推销方式
- 二、推销方式的创新与应用
- 三、影响推销性质的因素
- 四、推销的基本类型
- 五、针对中间商推销

第三节 推销环境分析

- 一、推销环境介绍
- 二、推销环境的特征
- 三、宏观环境分析
- 四、微观环境分析

思考题

练习题

案例分析

第二章 针对顾客购买心理推销

第一节 销售——心理沟通的过程

- 一、推销过程中的顾客心理分析
- 二、发现顾客的购买能力
- 三、对不同气质的顾客的推销
- 四、对不同性格的顾客的推销

第二节 针对顾客的需求和购买动机、行为推销

- 一、针对顾客的需求推销
- 二、针对顾客的购买动机推销
- 三、针对顾客的购买行为推销

思考题

练习题

案例分析

第三章 推销人员的素质与能力

第一节 推销人员的素质与业务能力

- 一、推销人员的素质
- 二、推销人员的业务能力

第二节 推销人员的管理与控制

- 一、推销人员管理的内涵和特征
- 二、推销人员管理的基本内容
- 三、推销人员的选拔
- 四、推销人员的培训
- 五、推销队伍组织结构的确定

<<推销技巧与实战>>

六、对推销人员有效的激励

七、对推销人员实施科学考评

第三节 推销人员的礼仪

一、推销人员的个人仪表礼仪

二、推销人员的礼节

思考题

练习题

案例分析

第四章 推销理论及模式

第一节 推销方格理论

一、推销人员方格

二、顾客方格

三、推销方格与顾客方格的关系

第二节 提问式销售模式

一、与客户对话才能成交

二、找到拒绝根源反问引导成交

三、提问式销售

四、提问式销售模式中的典型问题

五、销售中敢于重复就能成交

思考题

练习题

案例分析

第五章 推销中的沟通

一、推销中恰当的沟通原理

二、推销沟通是一个双向的过程

三、影响推销沟通的因素

四、推销中的双向交流与交流状态

五、把握顾客的社交风格

六、语言沟通方式

七、非语言沟通方式

八、提高沟通的有效性

九、阻碍与顾客沟通的主要因素

十、一些肢体语言

思考题

练习题

案例分析

第六章 推销准备过程

第一节 推销计划与程序

一、推销活动的五个阶段

二、推销目标

三、推销员要完成的推销任务

四、推销计划的制订

五、推销程序

第二节 准顾客的寻找与鉴定

一、推销的准顾客

二、寻找准顾客的思路和方法

三、顾客资格的鉴定

<<推销技巧与实战>>

第三节 销售约见与接近

- 一、约见准顾客
- 二、产品销售流程
- 三、产品销售接待
- 四、产品推销人员与顾客的初次接触
- 五、推销员把自己推销给顾客的要求

思考题

练习题

案例分析

第七章 推销面谈与成交

第一节 推销面谈

- 一、推销面谈是说服沟通的过程
- 二、推销面谈的原则
- 三、对产品介绍的要求
- 四、产品展示的要点
- 五、让顾客对产品有良好的体验感觉
- 六、面谈中的顾客需求分析
- 七、推销员做好产品销售工作必须回答的问题
- 八、推销面谈的几个关键点

第二节 顾客异议的处理

- 一、顾客异议产生的原因
- 二、顾客表示异议的时间
- 三、处理顾客异议的基本思路
- 四、销售过程顾客经常提出的反对意见和处理方法

第三节 成交的方法与策略

- 一、如何提高销售成交率
- 二、成交的基本策略
- 三、掌握成交阶段的主控权
- 四、推销成交方法
- 五、推销员留住客户争取成交的十八法
- 六、促进成交应注意的问题

思考题

练习题

案例分析

第八章 大客户开发实战技巧

第一节 大客户开发规律

- 一、以淡定的心态面对销售中的人性规律
- 二、明确客户的买点和卖点
- 三、销售要学会建立客户心中美好的意愿图像
- 四、推销业绩的构成

第二节 大客户开发招法

.....

第九章 推销实践中的感悟

参考文献

<<推销技巧与实战>>

编辑推荐

《新世纪高职高专课程与实训系列教材：推销技巧与实战（第2版）》特色：注重技能培养；知识实训板块加强专业知识和技能训练；体系新颖：理论讲解、案例阅读、知识实训与自测题相结合；案例丰富：大量案例增强了可读性和趣味性，拓宽了知识面；实用性强：针对高职特点编写，配有电子课件，方便教学。

<<推销技巧与实战>>

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>