

<<营销师考试指导>>

图书基本信息

书名：<<营销师考试指导>>

13位ISBN编号：9787304041649

10位ISBN编号：7304041641

出版时间：2009-2

出版时间：中央广播电视大学出版社

作者：《营销师考试指导》编委会 编写

页数：126

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>

<<营销师考试指导>>

内容概要

《营销师考试指导》本着系统规范、科学实用的编写原则，针对营销师国家职业资格考试问题进行指导性阐述，以引导学习者阅读主教材《营销师国家职业资格培训教程》，对报考国家职业资格鉴定考试的考生进行学习指导与疑难解答。

本册是《营销师考试指导》(高级营销员·国家职业资格四级)，内容包括两个部分。

第一部分“考核内容重点指导”介绍了各章考核内容的要点，并根据各章节的提示和要点指导备有考试题型示例与模拟试题，以便营销人员学习营销知识、熟悉考试题型，并能有效地检验考生对营销基本知识和基本技能的掌握程度。

第二部分“职业技能鉴定考试指导”分为两章：第一章针对高级营销员的申报条件、考核方案及考核鉴定点作了说明，使应试高级营销员的考生对职业技能考试的相关规定和具体要求有所了解；第二章精选了高级营销员(四级)职业技能鉴定测试题，这些试题严格按照考核内容的要求、紧扣国家职业标准，具有很强的指导作用。

题后并配有参考答案及评分标准，以供备考者练习使用。

<<营销师考试指导>>

书籍目录

第一部分 考核内容重点指导

第一章 市场分析

第一节 市场调研

- 一、进行实地调查
- 二、处理调查资料
- 三、分析调查资料

第二节 市场购买行为分析

- 一、分析消费者购买行为类型
- 二、分析产业购买行为类型
- 三、分析中间商购买行为类型

第二章 营销策划

第一节 制定区域市场计划

- 一、选择目标市场
- 二、划分销售区域
- 三、设计销售组织结构
- 四、拟定销售区域作战方略
- 五、销售区域的时间管理

第二节 产品策划

- 一、分析企业的产品生命周期
- 二、制定产品生命周期不同阶段的营销对策

第三节 渠道策划

- 一、分析传统分销渠道模式
- 二、建立垂直分销渠道模式
- 三、建立水平分销渠道模式
- 四、进行中间商关系管理
- 五、管理渠道流程
- 六、物流管理
- 七、资金流管理
- 八、信息流管理

第四节 市场推广策划

- 一、协助制定销售促进策略
- 二、实施销售促进策略
- 三、协助制定公共关系策略
- 四、选择公共关系活动模式
- 五、确定公关的对象

第三章 产品销售

第一节 拜访与接近顾客

- 一、寻找潜在顾客
- 二、拟定拜访计划
- 三、接近潜在顾客
- 四、拜访与接近潜在顾客的要点
- 五、认定顾客资格

第二节 商务洽谈

- 一、进行报价解释
- 二、分析对方报价

<<营销师考试指导>>

- 三、选择合适的让步策略
- 四、采用其他可能的让步策略
- 五、分析谈判僵局种类
- 六、确定谈判僵局成因
- 七、制定突破谈判僵局的策略
- 八、正确运用常见谈判策略

第三节 试行订约

- 一、识别客户异议
- 二、分析客户异议的成因
- 三、处理客户异议
- 四、识别成交机会
- 五、创造成交机会
- 六、建议成交
- 七、缔结契约的注意事项

第四节 货品管理

- 一、验收入库商品
- 二、订单管理
- 三、选择商品包装
- 四、确定商品的运输包装
- 五、终端管理

第四章 客户管理

第一节 客户服务管理

- 一、确定客户服务的内容
- 二、适应客户服务方式的转变
- 三、评价服务质量

.....

第二部分 职业技能鉴定考试指导

<<营销师考试指导>>

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>