第一图书网, tushu007.com

<<怎样提高营销技术>>

图书基本信息

书名：<<怎样提高营销技术>>

13位ISBN编号：9787309019094

10位ISBN编号：7309019091

出版时间：1997-11

出版时间：复旦大学出版社

作者：(日)LEC.东京法思株式会社

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

内容概要

内容提要
本书为《走向规范：市场经济经营管理技法》丛书中的一种。
全
书以如何开辟新客源为核心，从营业信息的收集和活用入手，详细
分析了营业的形态，具体阐述了新开辟和深开辟（顾客）的方法，对
日本的营业技术作了较全面的介绍，内容包括开辟新客源所必需
的营业信息的收集与活用、顾客信息的收集和活用、顾客援助所需
的营业信息及其活用、营业类型的分析、顾客类型的分析、营业能
量的分析、营业种类和营业式样、新开辟的推进方法、新开辟的要
点、深入开辟的推进方法等。
内容新颖，通俗实用。

本书适合广大营销人员及企业经营管理人员阅读和参考。

作者简介

书籍目录

目 录
第一章 营业信息的收集和活用
第一节 开辟新客源所必需的营业信息
的收集与活用
一 开辟新客源的必要性和重要性
二 开辟新客源中市场调查的必要性
三 开辟新客源中所需的信息
四 培养可能性顾客的资料和信息
五 开辟新客源必须活用营业信息
第二节 收集和活用顾客管理所必需的
顾客信息
一 顾客管理所需的顾客信息的重要性
二 顾客信息的具体内容
三 收集顾客信息的注意点
四 收集顾客信息的手段
五 活用顾客信息的方法
第三节 顾客援助所需的营业信息
及其活用
一 顾客援助所需的营业信息
二 进货信息和支持零售
第四节 科室工作所需的营业信息
及其活用
一 以目标为转移的管理和营业信息
二 销售计划所需的营业信息及其活用
第二章 营业的形态
第一节 营业类型的分析
一 营业类型的分类
二 顾客的购买心理过程
三 我们所追求的营业员形象
第二节 顾客类型的分析
一 按顾客类型开展营业的必要性
二 按顾客类型区分的思维方法
三 理解顾客的科学线索
——“ 社会形态分析 ”
四 人的社会行为形态（模式）为2、5、6
五 日本人多为分析型
六 缺少共感性和柔软性的分析型
第三节 营业能量的分析
一 商品知识
二 销售技术
三 与人打交道的能力
第四节 营业种类和营业式样
一 营业种类
二 渠道营业
三 市场销售学的直接应用

四 零售业的无店面销售
第三章 新开辟和深开辟的方法
第一节 新开辟的推进方法
一 新开辟的实践
二 新开辟目的地的探客方法
第二节 新开辟的要点
一 抓住可能性顾客的方法
二 可能性顾客的形成过程和销售指南
第三节 新开辟中能够利用的销售工具
一 基本的销售工具
二 提出规划方法的种类
三 选择提规划的时机
四 展示放映的方法
第四节 深入开辟的推进方法
一 深入开辟的必要性
二 通过深入开辟从而提高
市场占有率的优点
三 深入开辟的要点
四 销售以后
五 营业员的作用和功能
第五节 日常活动的再检查
一 日常活动的分析
二 日常活动的再检查和信息共有化

第一图书网, tushu007.com

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