

<<推销实务>>

图书基本信息

书名：<<推销实务>>

13位ISBN编号：9787509529430

10位ISBN编号：7509529433

出版时间：2011-7

出版时间：中国财政经济出版社一

作者：朱亚萍 著

页数：181

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>

<<推销实务>>

内容概要

为了全面贯彻落实《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010-2020年）》和《中等职业教育改革创新行动计划（2010-2012年）》，我们参考《中等职业教育专业目录（2010年修订）》对中等职业教育国家规划教材进行了修订，以满足中等职业学校财经类专业教学的新需要。

《推销实务》从2002年的第一次出版到2006年的再版，再到现在已经整整走过了9个年头。虽然第二次再版时，我们对教材内容做了一些修正，但教材里面还可能存在着许多方面的问题与缺陷，需要继续进行补充和修正，这也是本次我们对教材进行再次修订的理由之一。

<<推销实务>>

书籍目录

第一章 概述第一节 推销的概念和特点第二节 推销的功能与作用第三节 推销观念第二章 推销模式第一节 推销方格理论第二节 推销模式第三章 推销人员的职责、素质与能力开发第一节 推销人员的职责第二节 推销人员的素质第三节 推销人员的基本能力第四章 寻找顾客第一节 寻找顾客的必要性第二节 寻找顾客的方法第三节 顾客资格鉴定第四节 建立顾客档案第五章 推销接近第一节 推销接近的准备工作第二节 约见顾客第三节 接近顾客第六章 推销洽谈第一节 推销洽谈的含义、种类和原则第二节 推销洽谈的准备工作第三节 推销洽谈的技巧与策略第七章 顾客异议处理第一节 顾客异议的概念及产生原因第二节 顾客异议处理的原则、时机和步骤第三节 处理顾客异议的基本方法第四节 对付顾客异议的其他几种策略和方法第八章 成交第一节 成交应具备的基本条件第二节 成交的基本策略和方法第三节 做好成交的后续工作第九章 推销管理与人力资源开发第一节 推销组织第二节 推销控制第三节 推销的人力资源开发参考文献

<<推销实务>>

章节摘录

版权页：插图：（1）注意推销礼仪。

文明经商、礼貌待人，给顾客留下良好的第一印象。

（2）树立顾客导向。

以了解顾客需要，帮助顾客解决困难和问题作为商品推销的宗旨，将销售商品与传递信息、提供服务结合起来。

（3）注重长期效益。

以企业的长远目标作为行动指南，以满足需求、保证满意作为推销目标，避免急功近利、强行推销的短期行为。

（4）掌握推销技巧，进行成功的推销。

不断提高推销人员的思想素质和业务素质，使推销人员在顾客心目中成为愿接受、受欢迎的人。

推销人员可分为多种类型，推销学家麦克墨里将推销人员分为下列7种类型：（1）一般产品推销者。主要是指一些日用消费品的推销人员。

他们一般是在固定的地点，向固定的消费者进行推销。

如零售商店的营业员等。

（2）室内接收订单者。

他们的主要任务是在办公室内接待顾客、接收订单，或以电讯、函件等形式与顾客联系，取得订单。

（3）外务订单获取者。

通过走访顾客，上门推销，与顾客达成交易，取得订单。

（4）信息传递者。

他们的主要任务不是接收订单、直接销售商品，而是通过交往、宣传，与现有顾客及潜在顾客建立良好的关系，了解顾客的潜在需求，帮助顾客认识、了解产品和企业，以促进产品的销售。

<<推销实务>>

编辑推荐

《推销实务(第3版)》为中等职业教育国家规划教材之一。

<<推销实务>>

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>