第一图书网, tushu007.com

<<推销与谈判>>

图书基本信息

书名：<<推销与谈判>>

13位ISBN编号：9787560826073

10位ISBN编号：7560826075

出版时间：2003-7

出版时间：同济大学出版社

作者：张迺英 编

页数：414

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

前言

编撰“推销与谈判”教材的“欲望”早已有之，由于各方面的原因，一直没能下笔。
产生“欲望”的动力来自于这样几个方面：第一，因为高等院校教材市场上关于这方面内容的教材甚少。
虽然我们到处可以看到类似“推销学”或“谈判学”方而的书籍，但都是将“推销”和“谈判”这两个有着本质联系的学科分别研究，或仅从某个方面论述而导致了教材市场的稀缺；第二，愧对学生。
“推销与谈判”课程一直是管理类专业学生的主修课，其他专业的学生也经常选修这门课程，并有这方面内容的各种培训。
讲授这门课程或帮助企业培训已有多年，每一次的教材订购，其实都是一次心理的折磨。
因为每一次都得为学生订上有关推销和谈判两本内容并不太适合教学的教材，特别是一些家庭比较困难的学生的抱怨声常常萦绕耳旁，于是为学生们解决这方面困难的决心就强烈起来了。
但是得到同济大学出版社有关领导的支持和鼓励，却是决心编撰本书的直接动力。
本书分“推销”和“谈判”两部分，共十五章。

内容概要

全书分两篇个五章。
第一篇为“推销”篇。
第二篇为“谈判”篇。
分别涉及了推销和谈判的理论、实务和应用技巧，并附案例分析。
内容丰富翔实、语言通俗易懂，具有系统性、理论性和实践性三大特点。
《推销与谈判》可作为高等院校管理类专业的教材，也可作为企事业营销人员培训的参考用书。

<<推销与谈判>>

书籍目录

推销篇第一章 推销概述第一节 推销的产生及其发展一、我国推销活动的由来二、外国推销活动的产生与发展三、推销观念的演变第二节 推销的涵义一、什么是推销二、推销的特点三、推销的作用第三节 推销活动的分类一、按流通环节 划分二、按推销的具体做法划分案例分析：上海和平汽车销售公司的3MA销售精神案例问题讨论本章 思考题第二章 推销主客体第一节 推销主体一、推销员的涵义及其分类二、推销员的职责和作用三、推销员的素质四、推销员应具备的能力第二节 被推销主体一、顾客的资格确定二、顾客的心理分析第三节 推销客体一、推销客体概述二、有形实体推销品的种类和推销特点三、无形非实体形态推销品的种类和推销特点案例分析：新设备公司的空调机推销案例问题讨论本章 思考题第三章 推销模式和推销方格第一节 推销模式概述一、爱达模式二、其他推销模式第二节 推销方格一、推销方格理论二、顾客方格理论三、推销方格与顾客方格关系案例分析：布朗百科全书的销售案例问题讨论本章 思考题第四章 推销方式第一节 推销方式概述一、推销方式的涵义二、推销方式的分类第二节 网络推销一、网络推销概述二、网络推销的一般程序三、网络推销与一般推销方式的比较案例分析：典型信息时代的推销员案例问题讨论本章 思考题第五章 推销准备第一节 推销目标的确定一、确定推销目标的意义二、企业推销目标的内容三、推销人员的推销目标内容第二节 制定推销计划一、制定推销计划的重要性二、推销计划的内容第三节 目标顾客资料的搜集及其分析一、确定具体目标顾客的方法二、获取目标顾客资料的途径三、对目标顾客资料的分析第四节 推销人员的自身准备一、推销人员的形象准备二、新产品知识的准备三、销售工具的准备案例分析：衣冠不整的银行职员案例问题讨论本章 思考题第六章 推销的基本程序及技巧第七章 推销成交及技巧第八章 推销人员的管理谈判篇第九章 谈判与经济谈判第十章 经济谈判理论第十一章 经济谈判的内容第十二章 影响经济谈判的因素第十三章 经济谈判实务第十四章 谈判障碍的克服及后续工作第十五章 经济谈判策略参考文献

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

第一图书网, tushu007.com

编辑推荐

《推销与谈判》由同济大学出版社出版。

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