

<<商品推销能力教程>>

图书基本信息

书名：<<商品推销能力教程>>

13位ISBN编号：9787563520305

10位ISBN编号：7563520309

出版时间：2009-8

出版时间：北京邮电大学出版社

作者：彭石普

页数：263

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>

<<商品推销能力教程>>

前言

在高度发达的市场经济社会，如此浩瀚的商品、如此宽广的市场，要实现商品从生产者到消费者的传递，显然是离不开推销的，推销已成为一项非常不错的职业。

据权威部门统计，世界上90%以上的巨富，都是从推销员做起的。

很多大公司的高层管理人员也都曾有过作为推销员的经历。

然而推销员并非我们想象的握手、签字、鲜花、美酒。

一个成功的推销员不仅要有百折不挠的精神和钢铁般的意志，而且还需要具有推销的智慧、技巧和艺术。

推销员不仅要推销商品，而且更为重要的是要推销一种理念、一种思想、一种文化。

在世界经济一体化、知识经济浪潮的冲击下，推销员面临着新的竞争、面临着新的挑战。

未来的竞争将会更加激烈，因而对推销员的素质也就有了更高的要求，所以，有人说，做推销员难，做一名好的推销员更难，做一名能艺术地推销自己，让别人乐于接受你的顶尖推销员更是难上加难。

因此，在商品推销教学中，不仅要求学生加强推销理论方面的学习与研究，同时更为重要的是要加强学生动手能力的训练，以提高适应社会、适应市场的能力。

基于这两方面的考虑，编写了这本《商品推销能力教程》。

本书编写具有以下特色。

1.编写形式创新 本教材按立体化教材编写要求，采取“文本+电子”的方式，不仅有“文本”教材，而且有“电子”教材。

电子教材包括：全套PPT课件，电子授课教案（每个项目均包含能力目标、知识目标、教学重点、教学难点、建议课时、教学思路、教法设计等内容），教学指导书、能力训练习题及参考答案等，这既方便了教师授课，也方便了学生学习，形成本书编写一大特色。

2.考核方法创新 创立了体现职业能力为核心的课程考核标准和学习成果现场演示考核方法相结合的考核模式。

具体采取理论考核和实践考核相结合；形成性考核和终结性考核相结合；笔试、口试、学习成果现场操作演示相结合；开卷、闭卷相结合。

<<商品推销能力教程>>

内容概要

《商品推销能力教程》针对高职高专学生的特点和今后就业的需要，简明扼要地介绍了商品推销的基本知识，通过判断分析、选择分析、情景模拟、实战演练、角色扮演、案例分析等能力训练活动，达到提高学生的整体素质和从事商品推销职业活动动手能力的目的。

《商品推销能力教程》编写具有以下特色：编写形式创新。

按立体化教材编写要求，不仅有“文本”教材，而且有“电子”教材。

考核方法创新。

建立了体现职业能力为核心的课程考核标准和推销学习成果现场演示考核方法相结合的考核模式。

编写结构创新。

以推销职业活动为基础，以推销职业能力为中心，以工作过程为导向构建学习内容和训练内容相结合的模块项目结构情景教学体系。

编写内容创新。

第一，以学生为主体，以教师为主导，以训练为主线，注重知识性与趣味性相结合，充分调动学生的学习积极性。

第二，以提高学生推销能力为贯穿全书的核心线索，突出实用性和可操作性。

第三，内容安排以“必需、够用”为原则，实行知识学习和能力训练一体化设计。

《商品推销能力教程》体例新颖，内容翔实，情景生动，不仅适用于高职高专教学需要，也可作为企事业单位市场营销人才培养用书。

<<商品推销能力教程>>

书籍目录

模块一 商品推销基础项目一 正确认识推销1.1 推销商品从推销自己开始1.2 推销要素、形式和步骤项目二 推销人员的素质、能力与礼仪2.1 推销人员的职责、素质和能力2.2 推销人员的社交礼仪项目三 推销理论运用能力3.1 推销方格理论运用能力3.2 推销模式运用能力模块二 上门推销形式J项目四 寻找顾客能力4.1 准顾客的识别与管理4.2 寻找准顾客的方法项目五 推销接近能力5.1 接近顾客前的准备5.2 接近顾客的方法项目六 推销洽谈能力6.1 推销洽谈的步骤和方法6.2 推销洽谈的策略和技巧项目七 处理异议能力7.1 处理顾客异议的原则和步骤7.2 处理顾客异议的策略和方法项目八 促成交易能力8.1 促成交易的基本策略8.2 促成交易的方法和技巧项目九 跟踪服务能力9.1 跟踪服务的主要内容9.2 跟踪服务的策略与创新模块三 其他推销形式项目十 黻店堂推销能力10.1 店堂推销的特点与基本方式10.2 店堂推销的步骤和注意事项项目十一 电话推销能力11.1 电话推销前的准备工作11.2 电话推销的步骤和注意事项项目十二 会议与会展推销能力12.1 会议推销能力12.2 会展推销能力模块四 商品推销学习成果展示项目十三 黻商品推销学习成果展示13.1 学习成果展示活动安排13.2 学习成果展示成绩测评参考文献

<<商品推销能力教程>>

章节摘录

人类的推销历史与人类的文明历史几乎同样长久。

自从有了人类，就有了推销。

推销，每一个人都需要它；推销，每一个人都从事着它。

可以说人生在世谁都离不开推销，实际上，人人都是推销员。

我们无时无刻不在推销着自己。

男人推销风度和才华；女人推销温柔和漂亮；孩子推销自己的天真和可爱；画家推销美感；音乐家推销旋律；总统推销他的国家；公司老板推销他的企业；工薪阶层推销他们的劳务和商品，人与人之间的价值交换离不开推销，表达个人的意愿和希望也离不开推销。

人生其实就是一连串的推销。

微笑是一种推销行为。

对人微笑，是为了向人表示友好，然后被人认可。

爱美也是一种推销行为。

人之所以爱美，是因为希望留给他人一个好印象，进而吸引他人。

说服也是一种推销行为。

说服就是希望将自己的观点、见解推销给被说服者。

交际也是一种推销行为。

两个本来不相识的人之间，由于彼此交往建立了好感，互相接纳了对方，最后成为朋友，这就是一个相互的推销过程。

所以，人生其实就是一连串的推销，能不能顺利地推销自己，关系着一个人的人生成败。

然而要想推销成功并不简单，有人认为：“推”销不仅是一门科学，而且也是一门艺术。

”说推销是一门科学，是因为要提高推销业绩，需要推销员扎扎实实地掌握科学的推销原则和方法。

说推销是一门艺术，是因为它要求推销员灵活地运用推销的原则、方法和技巧。

因此，学习推销的方法和技巧对推销员个人素质的提升，实属裨益良多。

在浩瀚的现代市场经济社会里，如此丰富的商品，如此宽广的市场，这些商品要想顺利到达消费者手里，显然是离不开推销的。

有人说，把美国的推销员统统关进集中营，那么美国的经济就要瘫痪。

这话尽管有点夸张，但起码可以说明推销员在美国市场经济中具有举足轻重的作用。

然而，现实社会中，仍然有不少人对推销工作存在误解、带有偏见。

例如，有人认为“推销就是耍嘴皮子、吹牛”；有人认为“推销就是玩高明的骗术”；有人认为“推销就是吃吃喝喝、拉关系”；甚至有人认为“推销就是高级乞丐”。

这些认识显然是不正确的。

<<商品推销能力教程>>

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>