

<<推销与谈判>>

图书基本信息

书名：<<推销与谈判>>

13位ISBN编号：9787564201289

10位ISBN编号：7564201282

出版时间：2003-8

出版时间：上海财大

作者：陶然

页数：297

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>

<<推销与谈判>>

内容概要

《推销与谈判：原理·技巧·实务》在写之前，因为编辑说必须是中国的批客，自己觉得限制很大，就通过各种途径询问一批记者朋友，让他们提供一些线索，结果遇人不淑，所得为零，一个朋友干脆说你不就是么？差点晕倒。

我不讳言自己很喜欢臧否公司，曾经有段时间自己写的稿子都是挑很多公司刺的，骂得最多的公司是金山软件，有点恨铁不成钢的意思，不过给自己封上一个批客的名声，还没有这个实力。

中国有句古话：天有不测风云，人有旦夕祸福。

一方面，道出了偶发危机存在的可能性与可变性，另一方面也表现了对危机发生难以预测的无奈。

危机在没有成为危机之前叫做风险。

任何企业在大笔投入之前都必然进行过风险分析。

但即使有了风险分析，危机仍然可能会发生。

企业的危机几乎不可避免，因此期望企业一路上平平安安、顺风顺水的想法，都是不切实际的。

我是一个IT记者，然而《推销与谈判：原理·技巧·实务》中所涉及的范围已经远远超出，不光有电信还有一向望而畏之的财经，我可是看到股票就头晕的人呀！其实《推销与谈判：原理·技巧·实务》最开始的创意是来自于我在《中国企业家》杂志参与的一个特别策划，应该说批客这个词就是杂志编辑宋铁军老师想出来的，源自RyC游戏和网络游戏中最常见的PK一词，当然杂志的文章由于版面的原因仅仅作了两个人，但是源头在这里，不能不说清楚。

其实中国的批客不多，国外的批客才叫风行。

从商业和媒体的历史来看，“公司批客”的精神可以追溯到20世纪初美国著名的“黑幕揭发运动”，中间延续为七八十年代兴盛的调查性报道，近则感染了21世纪前夕互联网泡沫和公司全球化的狂热氛围。

1990年美国有3800个百万富翁，进入“镀金时代”的美国腐败现象如同某种“综合症”一样突然迸发，在这时刻，约瑟夫·普利策所肇始的“揭丑思想”起了重大作用。

<<推销与谈判>>

书籍目录

前言上篇 在推销谈判中推销自我第一章 树立良好的推销意识第一节 对推销、谈判的再认识第二节 推销、营销、促销、直销的关系第三节 推销你自己典型案例思考与练习模拟实训第二章 在推销商品的过程中推销自我第一节 在推销商品的过程中推销自己的素质与能力第二节 推销谈判中的语言与非语言艺术第三节 优秀推销人员的培养与训练典型案例思考与练习模拟实训中篇 推销与谈判的基本原理第三章 推销概述第一节 推销的一般特征第二节 新世纪的推销典型案例思考与练习模拟实训第四章 推销要素第一节 推销主体——推销人员第二节 被推销的主体——推销对象第三节 推销客体——推销品典型案例思考与练习模拟实训第五章 推销模式与推销方格第一节 推销模式第二节 推销方格典型案例思考与练习模拟实训第六章 谈判概述第一节 谈判导论第二节 谈判计划与管理第三节 商务谈判的方式与原则典型案例思考与练习模拟实训下篇 推销与谈判实务第七章 寻找与接近顾客第一节 寻找顾客的原则与方法第二节 顾客资格审查与推销准备第三节 约见顾客第四节 接近顾客典型案例思考与练习模拟实训第八章 推销洽谈第一节 谈判谋略第二节 谈判过程第三节 国际商务谈判的一般程序典型案例思考与练习模拟实训第九章 谈判僵局的克服第一节 僵局的类型第二节 现实僵局的克服第三节 潜在僵局的克服第四节 典型潜在僵局的克服典型案例思考与练习模拟实训第十章 推销成交第一节 成交信号第二节 成交方法第三节 签订合同第四节 成交后续工作典型案例思考与练习模拟实训附录1 推销谈判实例附录2 推销洽谈综合案例参考文献

<<推销与谈判>>

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>