

<<推销与谈判>>

图书基本信息

书名：<<推销与谈判>>

13位ISBN编号：9787564215019

10位ISBN编号：7564215011

出版时间：2013-1

出版时间：上海财经大学出版社有限公司

作者：上海财经大学出版社

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>

<<推销与谈判>>

内容概要

<<推销与谈判>>

书籍目录

第二版前言 上篇 在推销与谈判中推销自我 第一章树立良好的推销意识 知识与能力目标 观念植入 思考与讨论 第一节对推销、谈判的再认识 第二节推销与营销、促销、直销之间的关系 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 知识与能力目标 观念植入 思考与讨论 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 第三节优秀的推销谈判人员的培养与训练 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 知识与能力目标 观念植入 思考与讨论 第一节推销的一般特征 第二节21世纪的推销 第三节推销要素 典型案例 思考与练习 模拟实训 第四章推销模式与推销方格 知识与能力目标 观念植入 思考与讨论 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 第五章谈判概述 知识与能力目标 观念植入 思考与讨论 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 典型案例 思考与练习 模拟实训 下篇 推销与谈判实务 第六章寻找与接近顾客 知识与能力目标 观念植入 思考与讨论 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 第七章推销洽谈 知识与能力目标 观念植入 思考与讨论 第一节谈判谋略 第二节制造谈判优势 第三节谈判过程 第四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 第八章谈判僵局的克服 知识与能力目标 观念植入 思考与讨论 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 第九章推销成交 知识与能力目标 观念植入 思考与讨论 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 第十章综合案例与模拟实训 第一节综合案例 第二节综合模拟实训 参考文献

<<推销与谈判>>

章节摘录

版权页：（4）常顾客。

即经常购买企业的产品和劳务，并得到满足，重复购买的顾客。

这类顾客购买量，往往占到了企业销售量（额）的70%~80%，是影响企业生存与发展的重要顾客群。

另外，按照顾客在购买过程中的表现，还可分为果断型、冲动型、犹豫型、怀疑型、沉默型、辩论型等。

（二）顾客购买心理分析 不同类型的顾客，其购买心理是不同的，推销人员在推销过程中应该对顾客发生的一系列极其复杂、极其微妙的心理活动，包括顾客对商品成交的数量、价格、服务、营销等一系列问题的一些想法及如何付款、选择什么样的支付条件等进行仔细而全面的观察与了解，采取有针对性的措施。

1.个人消费者购买心理分析 个人消费者的需求和欲望是多方面的，因此表现出来的购买心理也是多种多样的。

常见的顾客购买心理主要有求实、求新、求美、求名、求利、求奇等，这些购买心理并不是孤立存在的，在购买过程中往往是相互交叉出现的。

2.社会集团消费者购买心理分析 社会集团消费者是指政府机关、团体、事业单位等各种集体组织，购买商品的目的为了集团非生产性消费，其购买力的来源多为财政拨款，有的为单位自筹资金。

（1）注重商品的知名度。

集团购买多为公共消费或作为福利发放给职工，使用效果受到众多人的关注，同时也反映着一个单位的内在实力与外部形象。

因此，集团购买者往往比较注重商品的内在质量与品牌知名度。

（2）不太关注商品的价格。

如前所述，集团消费多为公款消费，故在购买时不太关心商品与劳务的价格，洽谈过程比较简单。

（3）注重商品购买地点的选择。

集团消费有时会受到政府的监督与控制，故在购买地点的选择上可能比较慎重。

3.工业生产用户购买心理分析 工业生产用户是指那些为了生产需求而购买（或消费）原材料、机器设备或其他商品的工业企业。

在工业企业中，最具影响力的关键人物是那些采购员、设计师与决策者。

（1）重视商品的价值。

最终消费者购买商品时可能要考虑商品的形象、等级与价格。

有时，连续几天逛市场或许就是要寻找最便宜的商品，但是工业生产用户的采购员在采购之前却早已胸有成竹。

工业生产用户虽然也看重商品的价格，但更重视的是商品的价值，“质量保证”经常被采购员挂在嘴上，如果推销员能够保证自己的推销品符合对方所需要的价值与质量，专业采购员就会购买。

<<推销与谈判>>

编辑推荐

<<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>