

<<推销心理与推销实务>>

图书基本信息

书名：<<推销心理与推销实务>>

13位ISBN编号：9787810773065

10位ISBN编号：7810773062

出版时间：2003-6

出版时间：北京航空航天大学出版社

作者：周晓丰 编

页数：231

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>

<<推销心理与推销实务>>

内容概要

本书介绍了推销心理学的产生和发展过程，具有实用性、适应性的特点，通过理论描述与大量的案例分析，使学习者能够掌握：顾客的个性心理特征以及顾客购买行为的心理活动过程；推销技巧；推销活动与顾客的心理关系；推销人员个体心理和推销员的选拔与培训等理论知识及实际操作技巧。本书可作为高等院校教材，亦可作为实际推销工作者的参考用书。

<<推销心理与推销实务>>

书籍目录

上编 理论篇 第一章 推销心理学导论 第一节 推销学概述 第二节 心理学简论 第三节 推销心理学的研究对象及方法 第二章 顾客心理研究 第一节 顾客需要 第二节 顾客购买动机 第三节 顾客的商品认知 第四节 个体消费心理过程 第五节 顾客个性心理特征 第三章 推销员心理研究 第一节 推销人员个体心理研究 第二节 推销员的心理保健 第三节 推销人员的选拔与培训 第四章 推销环境论证 第一节 推销环境分类及其重要性 第二节 宏观推销环境分析 第三节 微观推销环境分析 下编 实务篇 第五章 如何寻找顾客 第一节 寻找顾客的必要性 第二节 寻找顾客的方法 第三节 寻找顾客的其他途径 第四节 确定寻找顾客的最佳方案 第六章 审定顾客资格 第一节 验定顾客 第二节 对顾客的评估和审查 第三节 建立顾客档案 第四节 顾客关系管理 第七章 接近与面谈 第一节 约见 第二节 面谈 第八章 顾客异议及其处理 第一节 顾客异议的涵义及产生根源 第二节 顾客异议的类型及应对 第三节 顾客异议处理技巧 第九章 达成交易 第一节 成交的作用及其基本条件 第二节 促成交易的技巧 附录 心理自测主要参考书目

<<推销心理与推销实务>>

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>