

<<推销实训>>

图书基本信息

书名：<<推销实训>>

13位ISBN编号：9787811224542

10位ISBN编号：7811224542

出版时间：2008-8

出版时间：东北财经大学出版社

作者：李文国 编

页数：152

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>

<<推销实训>>

前言

根据高等职业教育面向企业一线工作岗位培养技能型人才的需要，各高职院校已经意识到加强和改革实践教学是实现人才培养目标的重要途径。

高职实践型教学的研究重点，正逐步从探索具有中国特色高职实践教学体系的一般框架转向构建课程实践型教学体系，而这迫切需要建设与课程实践型教学配套的实训教材。

进入21世纪，经济全球化步伐不断加快，中国市场经济体系日趋完善，企业的市场意识越来越强。在激烈的市场竞争中，企业能否顺利地实现产品销售，关系到企业的生存与发展。

人员推销作为市场营销的重要组成部分，是现代企业开拓市场、实现企业正常运转不可缺少的一个重要手段。

这就要求从事销售业务的人员不仅要掌握专业知识，还要能够在销售工作中熟练地运用推销知识和技能向客户推销产品。

优秀的推销人员将成为企业发展的重要支撑，企业也迫切地需要这类推销人才。

本书在编写过程中着重体现高职高专教育特色，突出推销技巧的操作与演练，在内容和体系上力求新颖，实用性强，互动性强，具有可操作性。

在体例编排上，以典型的推销流程为主线，从推销过程的每一个阶段展开，共分六个模块，根据各模块训练内容设计不同的实训任务。

每一个实训任务都包括实训目的与要求、课前准备、场景设计、相关知识、训练步骤、学生天地和效果评价等内容。

同时，在各个模块的训练步骤中加入大量的各大知名企业实际培训和考核推销员时采用的图表，图文并茂地让学生掌握推销技巧，轻松阅读。

本书适合作为高职高专相关专业的推销实训教材，同时也适合作为企业和培训机构的推销员或销售业务员的培训手册。

本书是沈阳理工大学应用技术学院“辽宁省高职示范专业——市场营销专业”建设与改革的成果，也凝聚了编者多年研究“市场营销专业实践教学改革”课题的思想。

现代推销技术具有很强的实践性，只有通过大量的实地、实景的演练才能领会各种推销技巧的奥妙，并将其转化成为个人的推销能力和艺术，据此，编者在总结本校多年开展推销实训教学实践的基础上，进行大量研究探索，广泛收集相关案例资料，专为营销专业的学生和推销业务员培训编写了本教材。

<<推销实训>>

内容概要

职业教育从它开始大力发展的那一天起，就无时无刻地不与改革联系在一起。

无论是教学改革，还是人才培养模式的改革，一次比一次彻底，需要解决的问题一次比一次关键而重大，而高等职业教育的改革更是首当其冲。

本书在编写过程中着重体现高职高专教育特色，突出推销技巧的操作与演练，在内容和体系上力求新颖，实用性强，互动性强，具有可操作性。

在体例编排上，以典型的推销流程为主线，从推销过程的每一个阶段展开，共分六个模块，根据各模块训练内容设计不同的实训任务。

每一个实训任务都包括实训目的与要求、课前准备、场景设计、相关知识、训练步骤、学生天地和效果评价等内容。

同时，在各个模块的训练步骤中加入大量的各大知名企业实际培训和考核推销员时采用的图表，图文并茂地让学生掌握推销技巧，轻松阅读。

本书适合作为高职高专相关专业的推销实训教材，同时也适合作为企业和培训机构的推销员或销售业务员的培训手册。

<<推销实训>>

书籍目录

第1部分 推销实训概述 一、推销实训的目的和意义 二、推销实训目标 三、推销实训学时安排
四、推销实训成绩考核办法 五、推销实训方法简介第2部分 推销实训任务指南 模块一 推销员（销售员）素质训练 实训任务1 推销员职业素质养成 实训任务2 推销员职业规划训练 模块二 职业形象——自我推销训练 实训任务1 礼仪训练 实训任务2 语言训练 实训任务3 亮相与开场白训练 实训任务4 推销员的心理素质训练 模块三 推销接近技巧训练 实训任务1 寻找顾客技巧训练 实训任务2 推销接近技巧训练 模块四 介绍公司和产品技巧训练 实训任务1 公司和产品概述 实训任务2 产品展示 实训任务3 产品推介技巧 模块五 推销洽谈技巧训练 实训任务1 推销洽谈技巧训练 实训任务2 推销异议处理技巧训练 实训任务3 推销成交技巧训练 实训任务4 售后服务与维持技巧训练 模块六 推销管理 实训任务1 制订推销计划 实训任务2 销售绩效考核与激励政策制定附录 商场营业人员工作手册主要参考文献

<<推销实训>>

章节摘录

模块一 推销员（销售员）素质训练 实训任务 1推销员职业素质养成 一、实训目的与要求 通过模拟实训，认识自我，对比推销员应具备的职业素质，找出自己的不足，并提高个人能力。

二、课前准备 1. 通过互联网和其他渠道选择并了解某一公司以及该公司的产品。

2. 熟悉推销员职业素质的相关知识。

3. 完成训练步骤第一步。

三、场景设计 （一）阅读材料 下面是施乐公司（目前已与日本佳能公司合并）的推销员推销规范。

1. 你提供给顾客的唯一销售方案，是最符合顾客需求的方案。

在不浪费产能、不损毁设备或产品的情况下，使他的工作有效地进行。

无论就长期或短期而言，其他任何方案都有损于施乐公司。

2. 确信顾客彻底了解他所签订的契约内容、他对施乐公司所履行的契约义务，同时也确信顾客了解的程度和施乐公司了解的程度一样。

3. 从不故意将施乐公司的产品、服务或价格作错误的说明。

你必须主动且有责任去防止这种无意的错误。

4. 从不故意将竞争产品、服务或价格作错误的说明。

你必须主动且有责任去防止这种无意的错误。

5. 绝不诋毁竞争者及其产品与服务，即便你知道那是事实。

6. 你执行你自己的方案，他们不会以任何方式侵犯你个人或你的生意，也不会侵犯施乐公司。

不要故意作出损人利己的任何事。

只有对区域和顾客都做到妥善的照顾，才能在区域调整或客户变更时，不至于影响到其他推销员。

7. 了解这些规范是你的职责，同时必须在此范围内行使职责，不得例外。

8. 确认在执行规范的过程中，把各种内部问题和外部问题反映给管理部门的重要性。

（二）角色安排 以课前搜集了解企业资料为公司背景，本次实训安排以下角色。

<<推销实训>>

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>