

《推销技巧与实战》

图书基本信息

书名：《推销技巧与实战》

13位ISBN编号：9787302180821

10位ISBN编号：7302180822

出版时间：2008-8

出版社：清华大学出版社

页数：264

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《推销技巧与实战》

内容概要

《推销技巧与实战》是市场营销类教材。全书从实践出发，以必要的推销理论和技巧为依据，以培养实际的推销技能为重点，对推销活动的基本过程及运用都做了全面的阐述，使理论与实践紧密地结合在一起。《推销技巧与实战》相关案例的选用充分考虑了我国的具体国情和文化特点，侧重应用性和实效性，既易于理解和掌握，又有利于培训推销人员和指导推销活动的具体实践。

《推销技巧与实战》

书籍目录

第一章 推销概论 第一节 推销的本质 一、什么是推销 二、推销的特点与功能 三、推销的作用 四、推销的原则 五、推销的三要素 六、现代推销学的发展 第二节 推销方式及类型 一、推销方式 二、推销方式的创新与应用 三、影响推销性质的因素 四、推销的基本类型 五、针对中间商推销 第三节 推销环境分析 一、推销环境介绍 二、推销环境的特征 三、宏观推销环境分析 四、微观环境分析 思考题 练习题 案例分析第二章 针对顾客购买心理推销 第一节 销售——心理沟通的过程 一、推销过程中的顾客心理分析 二、发现顾客的购买能力 三、对不同气质的顾客的推销 四、对不同性格的顾客的推销 第二节 针对顾客的需求和购买动机、行为推销 一、针对顾客需求推销 二、针对顾客的购买动机推销 三、针对消费者的购买行为推销 思考题 练习题 案例分析第三章 推销人员的素质与能力 第一节 推销人员的素质与能力 一、推销人员的素质 二、推销人员的业务能力 第二节 推销人员的管理与控制 一、推销人员管理的内涵和特征 二、推销人员管理的基本内容 三、推销人员的选拔 四、推销人员的培训 五、推销队伍组织结构的确定 六、对推销人员有效的激励 七、对推销人员实施科学考评 第三节 推销人员的礼仪 一、推销人员的个人仪表礼仪 二、推销人员的礼节 思考题 案例分析第四章 推销理论及模式 第一节 推销方格理论 一、推销人员方格第五章 推销计划、程序与沟通第六章 推销过程第七章 顾客导议的处理与成交第八章 大客户开发实战技巧第九章 推销实践中的感悟参考文献

第一章 推销概论 本章学习重点 什么是推销 推销的本质 推销员对推销活动的理解 推销原则 针对中间商推销 第一节 推销的本质 一、什么是推销 推销是一门科学、一种技术、一项艺术。推销已经成为我们生活中不可或缺的内容，我们或者在推销我们的产品和服务，或者在推销我们的知识、方案和思想，更或者是在推销我们自身。 在市场竞争日趋激烈的今天，产品销售已经成为企业经营活动的关键环节，它的成功与否直接决定着产品的命运和企业的兴衰存亡。首先，推销活动要遵循一定的规律和程序，有其特定的研究对象、内容和方法；其次，推销活动是推销人员对推销基本原理的具体运用，它包含着大量的技术、技巧和技能；同时，推销人员在推销活动中还必须结合自身条件及市场环境，巧妙运筹、融会贯通，才能取得较好的推销效果。

（一）广义的推销 从广义上讲，推销是指一个活动主体，试图通过一定的方法和技巧，使特定对象接受某种事物和思想的行为过程。也就是说，广义的推销不限于商品交换，也不限于人员推销，而是泛指人们在社会生活中，通过一定的形式传递信息，让他人接受自己的意愿和观念或购买商品和服务。但是，这种广义上的推销，并不是本书所要研究的对象。 （二）狭义的推销 狭义的理解，推销是营销组合中的人员推销，是指商品交换范畴的推销，即商品推销。它是指推销人员运用一定的方法和技巧，帮助顾客购买某种商品和劳务，以使双方的需要得到满足的行为过程。推销就是创造出人们的需求，换言之。

《推销技巧与实战》

编辑推荐

注重技能培养：知识实训板块加强专业知识和技能训练。体系新颖：理论讲解、案例阅读、知识实训与自测题相结合，实例丰富：大量案例增强了可读性和趣味性，拓宽了知识面，实用性强：针对高职特点编写，配有电子课件，方便教学。

《推销技巧与实战》

精彩短评

- 1、看了一半很不错的一本书，主要有实践部分，能学到好多东西！！
- 2、送货速度快，质量不错！！
- 3、教材还可以，适用性强

《推销技巧与实战》

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:www.tushu111.com