

# 《现代推销实务》

## 图书基本信息

书名：《现代推销实务》

13位ISBN编号：9787111296898

10位ISBN编号：7111296893

出版时间：2010-3

出版社：机械工业出版社

页数：302

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](http://www.tushu111.com)

# 《现代推销实务》

## 内容概要

《现代推销实务》介绍了现代推销的基本概念、工作流程、常用推销方式与推销人员管理等实务知识。全书共9章，其中，第1、2章为基本理论部分，概括地介绍了现代推销的基本理论知识；顾客购买心理、推销方格理论和常见推销模式；第3—7章为推销流程部分，按照推销活动的流程，介绍了寻找和识别客户、接近客户、推销洽谈、推销成交和客户服务的相关内容；第8章为推销方式实战部分，介绍了上门推销、店堂推销、电话推销中的操作要点、主要技巧及注意事项；第9章为推销人员管理部分，介绍了推销人员招聘、选拔，录用、培训、薪酬、激励、评估等方面的一些具体实务操作知识。《现代推销实务》突出实用性和可操作性，全书各章均以引例开头，据此引出本章的内容主题，然后给出本章的“学习目标”；各章均设有“案例与讨论”、“本章小结”、“思考与实践”等项目。

《现代推销实务》可作为高职高专院校市场营销、国际贸易、电子商务、工商管理、企业管理、金融保险，以及其他经济与管理类各相关专业的教材，也可作为企业中市场营销、销售管理、业务管理等岗位工作人员的自修、培训参考书。

# 《现代推销实务》

## 书籍目录

前言	第1章 现代推销概述	引例——一次完整的汽车推销活动流程	1.1 现代推销的概念	1.2 现代推销的方式	1.3 推销原则与流程	1.4 现代推销的作用	1.5 案例与讨论	1.6 本章小结	1.7 思考与实践
第2章 推销心理与推销模式	引例——李老太给儿媳妇买酸李子的故事	2.1 顾客购买心理分析	2.2 推销心理的实战运用	2.3 推销方格理论介绍	2.4 常见推销模式介绍	2.5 案例与讨论	2.6 本章小结	2.7 思考与实践	第3章 寻找与识别客户
引例——推销大师金克拉两张白纸的秘密	3.1 准客户的寻找	3.2 目标客户的识别	3.3 目标客户的选择	3.4 客户数据库的建立	3.5 案例与讨论	3.6 本章小结	3.7 思考与实践	第4章 接近客户	引例——法兰克五分钟之内打动客户的做法
4.1 接近前的准备活动	4.2 接近前的客户约见	4.3 接近客户的方法与策略	4.4 案例与讨论	4.5 本章小结	4.6 思考与实践	第5章 推销洽谈	引例——精诚所至，金石为开：固执型客户的感化	5.1 推销洽谈概述	5.2 推销洽谈的方法
5.3 推销洽谈流程与策略	5.4 推销洽谈的常用技巧	5.5 客户异议及其处理	5.6 案例与讨论	5.7 本章小结	5.8 思考与实践	第6章 推销成交	引例——新老推销员的不同推销方法对比	6.1 推销成交概述	6.2 推销成交的方法
6.3 成交的策略与技巧	6.4 合同的订立与履行	6.5 案例与讨论	6.6 本章小结	6.7 思考与实践	第7章 客户服务	引例——关于“C牌酸牛奶中有苍蝇”的客户投诉处理	7.1 推销成交的跟踪	7.2 客户关系的保持	7.3 客户的售后服务
7.4 客户投诉的处理	7.5 案例与讨论	7.6 本章小结	7.7 思考与实践	第8章 常用推销方式实务	引例——通过多种方式开展的一次成功推销	8.1 上门推销实务	8.2 店堂推销实务	8.3 电话推销实务	8.4 推销方式的应用与创新
8.5 案例与讨论	8.6 本章小结	8.7 思考与实践	第9章 推销人员管理实务	引例——感受“霸王花”产品的店堂促销团队建设	9.1 推销人员的招聘与选拔	9.2 推销人员培训与团队建设	9.3 推销人员的薪酬与激励	9.4 推销人员的绩效评估	9.5 案例与讨论
9.6 本章小结	9.7 思考与实践	参考文献							

# 《现代推销实务》

## 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：[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)