

《现代推销策划》

图书基本信息

书名：《现代推销策划》

13位ISBN编号：9787810562508

10位ISBN编号：7810562509

出版时间：1999-06

出版社：中央民族大学出版社

作者：路华 编

页数：399

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

《现代推销策划》

内容概要

《现代推销策划》共十二章，第一章系统阐述了广告策划的概念、性质与基本理论。揭示出广告策划是现代企业开展市场营销活动、赢得竞争优势必备环节，同时指出广告策划是一个科学的系统过程。第二至十二章，从专业的角度详细地阐述了广告策划的具体内容。

书籍目录

目录

- 第一篇 推销策划理论
 - 行为调研模式
- 第一章 推销策划概述
 - 第一节 推销的含义及性质
 - 第二节 推销的产生与发展
 - 第三节 推销活动的程序
- 第二章 推销策划心理
 - 第一节 顾客的购买行为
 - 第二节 组织市场的购买行为
 - 第三节 推销方格理论
- 第三章 推销调查
 - 第一节 推销调查概述
 - 第二节 推销调查的内容与程序
 - 第三节 推销调查表的设计
 - 第四节 推销调查的具体方法
- 第四章 推销信息
 - 第一节 推销信息概述
 - 第二节 推销信息的搜
 - 第三节 推销信息的加工处理
- 第五章 推销策划模式
 - 第一节 爱达（AIDA）推销模式
 - 第二节 迪伯达（DIPADA）模式
 - 第三节 埃德帕（IDEPA）模式
 - 第四节 费比（FABE）模式
- 第二篇 推销策划实务
 - 策略技巧案例
- 第六章 推销人员的招聘与培训
 - 第一节 推销人员的招聘和挑选
 - 第二节 推销队伍的设计
 - 第三节 推销人员的培训
- 附：培训教材范例 消费品业务员培训
- 第七章 推销洽谈
 - 第一节 良好的洽谈开端
 - 第二节 推销洽谈技巧
 - 第三节 推销洽谈策略
- 第八章 推销策略
 - 第一节 推销价格策略
 - 第二节 推销服务策略
 - 第三节 达成交易的有关提示
- 第九章 广告推销
 - 第一节 广告推销概述
 - 第二节 广告的功能与种类
 - 第三节 广告推销的实施程序
- 第十章 推销人员激励与考核
 - 第一节 推销人员的监督和激励
 - 第二节 提高推销人员的工作效率

第三节 推销人员绩效考核

第十一章 推销合同管理

第一节 经济合同概述

第二节 推销合同的签订

第三节 推销合同的履行

第四节 推销合同的担保、变更和解除

第五节 违反推销合同的责任

精彩短评

1、2004年6月，大一。于毕业生旧书市场大肆收购本校专用高数习题集上下两册，打算下学期新生入学时销售，每套成本平均下来不足3元。

拉同寝入伙，无人响应。

新生入学后，逐室推销，不得其法，库存积压。后于南岭图书馆借得此书--F713.3/94，反复操练。最终于五一长假前销售一空，每套售价或15，或20，赚得人生第一桶金，约有五百余元。当时之情态，历历在目。

《现代推销策划》

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