

《怎样提高营销技术》

图书基本信息

书名：《怎样提高营销技术》

13位ISBN编号：9787309019094

10位ISBN编号：7309019091

出版时间：1997-11

出版社：复旦大学出版社

作者：(日)LEC.东京法思株式会社

页数：143

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

《怎样提高营销技术》

内容概要

内容提要

本书为《走向规范：市场经济经营管理技法》丛书中的一种。全书以如何开辟新客源为核心，从营业信息的收集和活用入手，详细分析了营业的形态，具体阐述了新开辟和深开辟（顾客）的方法，对日本的营业技术作了较全面的介绍，内容包括开辟新客源所必需的营业信息的收集与活用、顾客信息的收集和活用、顾客援助所需的营业信息及其活用、营业类型的分析、顾客类型的分析、营业能量的分析、营业种类和营业式样、新开辟的推进方法、新开辟的要点、深入开辟的推进方法等。内容新颖，通俗实用。

本书适合广大营销人员及企业经营管理有关人员阅读和参考。

《怎样提高营销技术》

作者简介

书籍目录

目录

第一章 营业信息的收集和活用

第一节 开辟新客源所必需的营业信息的收集与活用

一 开辟新客源的必要性和重要性

二 开辟新客源中市场调查的必要性

三 开辟新客源中所需的信息

四 培养可能性顾客的资料和信息

五 开辟新客源必须活用营业信息

第二节 收集和活用顾客管理所必需的顾客信息

一 顾客管理所需的顾客信息的重要性

二 顾客信息的具体内容

三 收集顾客信息的注意点

四 收集顾客信息的手段

五 活用顾客信息的方法

第三节 顾客援助所需的营业信息及其活用

一 顾客援助所需的营业信息

二 进货信息和支持零售

第四节 科室工作所需的营业信息及其活用

一 以目标为转移的管理和营业信息

二 销售计划所需的营业信息及其活用

第二章 营业的形态

第一节 营业类型的分析

一 营业类型的分类

二 顾客的购买心理过程

三 我们所追求的营业员形象

第二节 顾客类型的分析

一 按顾客类型开展营业的必要性

二 按顾客类型区分的思维方法

三 理解顾客的科学线索

“社会形态分析”

四 人的社会行为形态（模式）为2、5、6

五 日本人多为分析型

六 缺少共感性和柔软性的分析型

第三节 营业能量的分析

一 商品知识

二 销售技术

三 与人打交道的能力

第四节 营业种类和营业式样

一 营业种类

二 渠道营业

三 市场销售学的直接应用

四 零售业的无店面销售

第三章 新开辟和深开辟的方法

第一节 新开辟的推进方法

- 一 新开辟的实践
- 二 新开辟目的地的探客方法

第二节 新开辟的要点

- 一 抓住可能性顾客的方法
- 二 可能性顾客的形成过程和销售指南

第三节 新开辟中能够利用的销售工具

- 一 基本的销售工具
- 二 提出规划方法的种类
- 三 选择提规划的时机

四 展示放映的方法

第四节 深入开辟的推进方法

- 一 深入开辟的必要性
- 二 通过深入开辟从而提高市场占有率的优点

三 深入开辟的要点

四 销售以后

五 营业员的作用和功能

第五节 日常活动的再检查

- 一 日常活动的分析
- 二 日常活动的再检查和信息共有化

《怎样提高营销技术》

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