

图书基本信息

书名：<<高级营销员-国家职业资格四级-营销师>>

13位ISBN编号：9787304035839

10位ISBN编号：7304035838

出版时间：2006-8

出版时间：中央广播电视大学出版社

作者：中国就业培训技术指导中心

页数：320

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>

## 内容概要

本书内容突出了“以职业活动为导向，以职业能力为核心”的指导思想。

结合了最新的市场营销理论与实践。

结构针对营销师职业活动的领域，按照模块化设计，分营销师基础知识、营销员（国家职业资格五级）、高级营销员（国家职业资格四级）、助理营销师（国家职业资格三级）、营销师（国家职业资格二级）、高级营销师（国家职业资格一级）进行编写。

其中，《营销师基础知识》是各级别营销师的必修部分，不分等级。

这部分内容的编写既本着科学、系统、规范、实用的原则，又注意保证知识的广度和深度。

专业用语规范，语言简练易懂。

其他五个级别均按照《标准》的要求，分别编写不同等级营销师应掌握的专业知识和能力要求，保证了不同等级的实际操作程序的规范统一，使学员所学技能在实际运用中更具有针对性、实用性和可操作性。

书籍目录

第一章 市场分析

第一节 市场调研

- 一、进行实地调查
- 二、处理调查资料
- 三、分析调查资料

第二节 市场购买行为分析

- 一、分析消费者购买行为类型
- 二、分析产业购买行为类型
- 三、分析中间商购买行为类型

第二章 营销策划

第一节 制定区域市场计划

- 一、选择目标市场
- 二、划分销售区域
- 三、设计销售组织结构
- 四、拟定销售区域作战方略
- 五、销售区域的时间管理

第二节 产品策划

- 一、分析企业的产品生命周期
- 二、制定产品生命周期不同阶段的营销对策

第三节 渠道策划

- 一、分析传统分销渠道模式
- 二、建立垂直分销渠道模式
- 三、建立水平分销渠道模式
- 四、进行中间商关系管理
- 五、管理渠道流程

六、物流管理

- 七、资金流管理
- 八、信息流管理

第四节 市场推广策划

- 一、协助制定销售促进策略
- 二、实施销售促进策略
- 三、协助制定公共关系策略
- 四、选择公共关系活动模式
- 五、确定公关的对象

第三章 产品销售

第一节 拜访与接近顾客

- 一、寻找潜在顾客
- 二、拟定拜访计划
- 三、接近潜在顾客
- 四、拜访与接近潜在顾客的要点
- 五、认定顾客资格

第二节 商务洽谈

- 一、进行报价解释
- 二、分析对方报价
- 三、选择合适的让步策略

## <<高级营销员-国家职业资格四级-营销>>

- 四、采用其他可能的让步策略
- 五、分析谈判僵局种类
- 六、确定谈判僵局成因
- 七、制定突破谈判僵局的策略
- 八、正确运用常见谈判策略

### 第三节 试行订约

- 一、识别客户异议
- 二、分析客户异议的成因
- 三、处理客户异议
- 四、识别成交机会
- 五、创造成交机会
- 六、建议成交
- 七、缔结契约的注意事项

### 第四节 货品管理

- 一、验收入库商?
- 二、订单管理
- 三、选择商品包装
- 四、确定商品的运输包装
- 五、终端管理

## 第四章 客户管理

### 第一节 客户服务管理

- 一、确定客户服务的内容
- 二、适应客户服务方式的转变
- 三、评价服务质量
- 四、进行影响服务质量的差距分析
- 五、采取提高服务质量的措施

### 第二节 客户信用管理

- 一、分析信用赊销的可行性
- 二、调查客户资信
- 三、选择讨债的场合
- 四、利用不同的讨债手段
- 五、制定?债策略
- 六、合理应用信用政策

### 第三节 客户关系管理

- 一、客户分析与组合策略
- 二、分析客户投诉
- 三、处理客户投诉

### 参考立献

## 章节摘录

**第一章 市场分析** 企业在进行任何市场营销活动之前,都必须充分了解所处的市场环境和企业要服务的目标市场的购买行为,清晰准确的市场分析是有效开展营销活动的基础。高级营销员作为企业营销活动的主要执行者,需要具备进行市场调研和资料简单处理的能力,同时要能够分析目标市场的购买行为类型并能够采取相应的营销对策。

**第一节 市场调研** 企业在市场上为求得生存和发展,都需要进行市场调研。当企业启动调研活动时,营销人员应能够与团队一起展开调研活动。高级营销员应该掌握直接调查的方法,能够进行实地调查,并将调查资料进行简单的分类处理。

**一、进行实地调查** 实地调查包括访问调查、观察调查和实验调查。

**(一) 访问调查** 访问调查是指通过询问的方式向被调查者了解市场资料的一种方法。访问既可在备有正式问卷的情况下进行,也可在没有问卷的情况下进行。有正式问卷的访问,调查者通常要设计一份结构严谨的问卷,在访问过程中严格遵循问卷预备的问题顺序提问,这样可以方便今后资料处理。

没有问卷的访问,在访问过程中没有标准的询问问题格式,调查者仅仅按照一些预定的调查目标,自己提出问题进行询问,被调查者回答这些问题同样有充分的自由。

访问调查根据调查者同被调查者接触方式的不同,分为面谈调查、邮寄调查、电话调查和留置调查4种。

**1. 面谈调查** 面谈调查是指调查人员通过与被调查者直接面谈询问有关问题的方法。面谈调查的交谈方式,可以采取个人访问,也可以采取集体座谈,可以安排一次面谈,也可以进行多次面谈。

具体的交谈方式,应根据市场调查的目的和要求而定。

编辑推荐

《营销师：高级营销员（国家职业资格四级）》不仅是用于营销人员的培训教材，而且是营销师的职业技能鉴定推荐用书，还可作为营销从业人员的自学用书。

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>