

<<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

出版时间：复旦大学出版社

作者：(日)LEC.东京法思株式会社

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>

## <<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人员阅读和参考。

<<怎样提高营销技术>>

作者简介

## <<怎样提高营销技术>>

### 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

## <<怎样提高营销技术>>

### 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:<http://www.tushu007.com>