

<<销售学常识速查速用大全集>>

图书基本信息

书名：<<销售学常识速查速用大全集>>

13位ISBN编号：9787509339497

10位ISBN编号：7509339499

出版时间：2012-10

出版时间：中国法制出版社

作者：销售老兵

页数：253

字数：288000

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>

<<销售学常识速查速用大全集>>

内容概要

《销售学常识速查速用大全集(最新升级版案例应用版)》编著者销售老兵。

本书有以下三大特色：

第一，本书的编写以销售理论为核心，从目标定位、销售技巧、销售心理、销售口才以及战略实施等方面为读者详尽、具体地介绍了销售学的一些基本知识，为读者深刻理解现代销售知识、分析市场、制定销售策略等提供了最直接的帮助。

第二，本书以“词条解析”的形式讲解销售学常识，为了帮助读者更好地理解销售学常识，我们特意采取了“一个词条搭配一个案例”的编写形式。

这些案例生动活泼、经典真实，读者可以从阅读和分析案例的过程中找到对实际工作大有裨益的经验和教训，从而大大提高解决销售实际问题的能力。

第三，通俗易懂的标题让不懂销售学的初学者能在最短时间内找到自己所需要的内容，达到“速查速用”的目的。

<<销售学常识速查速用大全集>>

书籍目录

第一章 目标定位

市场定位：要有一颗善于发现经营目标的心
对峙定位：“农夫山泉有点甜”引发的水业大战
回避定位：Walkntall填补迷你电子产品空缺
重新定位：橘子汁为何在美国能打败可口可乐？

有形市场：各类农副产品聚集的菜市场
无形市场：义乌市场上出现的新的发展趋势
电子商务：企业必须掌握企业全球竞争力
目标市场：方太厨具的“三专”精神
市场细分：中老年顾客购衣难问题如何解决
消费者市场：如何把木梳推销给和尚
组织市场：麦德龙所带来的新理念
品牌认知：“天空科技，关爱生命”
消费者定位：索芙特带来的轻松减肥
品牌定位：奶球奶糖的品牌定位
品牌危机：中美史克危机营销获成功
品牌符号：红星二锅头“京味文化”赢市场
产品定价：吉列刀片的价格秘密
随行就市定价法：旅游公司如何在
营销大战中笑到最后
认知价值定价法：计算机公司的整改运动
逆向定价法：宜家的秘密价格矩阵
动态定价法：美洲航空公司取胜秘诀
撇脂定价法：绅宝汽车的高价法则
市场渗透定价法：“宝健375”和生活“400”
产品大类定价法：充分发挥产品需求和成本的内在关联的积极效应
副产品定价法：副产品成为陕焦化工利润源
选择品定价：对附带产品进行定价
市场潜力：现代集团为何在南非遭遇滑铁卢？

销售预测：企业对未来营销状况的期望

市场机会：金龙鱼领跑食用油市场

插队营销：“玩出来”的丑小鸭汽车

第二章 成功素养

第三章 心理战术

第四章 客户关系

第五章 订单管理

第六章 有效沟通

第七章 销售技巧

第八章 完善服务

第九章 战略实施

第十章 资源整合

章节摘录

该款产品在进行广告宣传的时候，是这样说的：海藻减肥皂涂抹在人体容易肥胖的腰、腿、臀、腹等部位，经过摩擦，多余的脂肪便会消失，不像服用减肥药那样，人体整个地减分量。

海藻减肥皂还能增进血液循环，使用后皮肤变得细腻爽滑。

产品一经推出，迅速火爆，许多爱美的减肥人士纷纷购买。

索芙特公司趁势又推出了索芙特木瓜香皂、十大美女洗面奶、索芙特负离子洗发水、索芙特防脱发洗发水等系列产品。

品牌定位：奶球奶糖的品牌定位 词条解析 品牌定位是指企业在市场定位和产品定位的基础上，对特定的品牌在文化取向及个性差异上的商业性决策，它是建立一个与目标市场有关的品牌形象的过程和结果。

换言之，即指为某个特定品牌确定一个适当的市场位置，使商品在消费者的心中占领一个特殊的位置，当某种需要突然产生时，比如在炎热的夏天突然口渴时，人们会立刻想到“可口可乐”红白相间的清凉爽口。

经典案例 史维哲·克拉克是一家专门生产奶糖的公司，“奶球”是该公司旗下的糖果品牌，在他们看来，看电影的时候嚼着奶球牌糖果十分带劲，但该公司对于现有市场并不满意，青少年对于糖果的需求十分有限，这也是奶球牌糖果销售业绩不尽如人意的根源所在。

对于少不更事的儿童来说，糖果似乎更有吸引力。

许多儿童都会在嘴里含着一颗糖果，对每一种口味的糖果都非常感兴趣。

毫无疑问，平均年龄在10岁以下的儿童是糖果的最佳消费者。

选定了目标消费者，克拉克公司开始着手进行消费者心理分析。

调查显示，当问及糖果的相关信息的时候，小朋友们首先想到的是棒棒糖的概念，克拉克若将奶球品牌定位为棒棒糖形象，即使花费巨额的广告费，也很难在消费者心中扎下根，因为小朋友所熟知的棒棒糖品牌，如好时、杏仁乐、银河、雀巢等品牌，它们的知名度和美誉度都是奶球牌糖果所不及的。

.....

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>