

<<推销员>>

图书基本信息

书名：<<推销员>>

13位ISBN编号：9787535240293

10位ISBN编号：7535240291

出版时间：2011-3

出版时间：湖北科学技术出版社

作者：余启银 编著

页数：140

字数：118000

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>

## 前言

中国共产党十七届三中全会明确指出：农业、农村、农民问题关系党和国家事业发展全局。解决三农问题，最根本的出路在于城镇化，创造有效的就业岗位，引导农村劳动力向制造业和服务业等非农产业转移。

我省是农业大省，农村劳动力资源丰富，做好农村劳动力的转移就业工作，对统筹城乡发展、建设和谐社会，具有重大意义。

近年来，我省农村劳动力转移就业步伐加快，成效明显。

但是，由于长期以来的二元经济结构，形成了城乡分割的就业管理体制，致使农村劳动力转移就业仍然面临较大困难。

专业技能的缺乏，也在一定程度上成为制约农村劳动力转移就业的“瓶颈”所在。

一方面，随着部分企业生产项目调整、生产方式转变、产品更新换代加快，企业对劳动者的技能要求、管理能力要求有了较大的提高，符合企业用工要求的技术工人、高级管理人员相对缺乏；另一方面，许多农村外出务工人员由于教育培训不足，文化程度偏低，职业素质与专业技能与用工单位的要求还存在一定的差距，形成有人无事做，有事无人做的局面。

## <<推销员>>

### 内容概要

加强农村劳动力的技能培训是人力资源和社会保障部门的重要职责，为提高农村劳动力的职业技能和就业能力，编者针对湖北省的实际情况，组织有关专家编写了一套《农村劳动力转移就业职业培训教材丛书》，涉及服务类、建筑类、机械加工类、电工电子类等适合农村劳动力转移就业的50多个岗位，对帮助农村劳动力转移就业有着现实的指导意义。

全省各有关机构要适应形式的发展要求，积极引导和保护好农民朋友参加培训的积极性，大力推动湖北省农村劳动力转移就业工作上新台阶。

## <<推销员>>

### 书籍目录

- 第一章 推销概述
  - 一、推销的定义和实质
  - 二、推销基本原则
  - 三、影响推销的因素
- 第二章 推销员的素质和能力
  - 一、推销员的作用和职责
  - 二、推销员的基本素质和技能
  - 三、推销员业务和文化素质
  - 四、建立良好的销售心态
- 第三章 人员推销
  - 一、人员推销的概念
  - 二、推销的基本程序、种类、形式及结构
  - 三、直销和传销的区别
- 第四章 市场与市场营销
  - 一、市场及其相关概念
  - 二、市场的功能和分类
  - 三、市场推销的概念
  - 四、推销观念的形成与发展
- 第五章 消费者市场
  - 一、消费者市场含义与特点
  - 二、消费需求层次
  - 三、消费者购买动机
  - 四、消费者购买行为要素、程序
- 第六章 生产者市场
  - 一、概述
  - 二、购买决策
- 第七章 中间商市场购买行为
- 第八章 非盈利组织市场购买行为
- 第九章 公共关系与礼仪
  - 一、公共关系概述
  - 二、公共关系的构成要素
  - 三、公共关系的规律和原则
- 第十章 社会交往和基本礼仪
  - 一、社会交往概述
  - 二、礼仪概述
  - 三、基本礼仪
  - 四、推销语言技巧
- 第十一章 企业和商品知识
  - 一、企业一般知识
  - 二、产品状况
- 第十二章 商品一般知识
- 第十三章 服务规范化要求
  - 一、服务规范概述
  - 二、商品推销服务
  - 三、咨询服务

## <<推销员>>

四、演示、操作商品

### 第十四章 商品推销程序

一、寻找潜在顾客

二、推销前的准备工作

三、约见与接近准顾客

四、向顾客介绍产品与处理顾客异议

五、推销谈判

六、促成交易

七、售后服务

### 第十五章 推销模式及运用

### 第十六章 《中华人民共和国消费者权益保护法》等法规知识

### 第十七章 推销案例

一、最优秀推销员的成功经验案例

二、重视第一印象案例

三、辩论的胜者，推销的败者案例

四、接近顾客案例

五、推销员在店堂营业中吸引顾客的技巧案例

六、餐厅产品推销案例

七、上门推销案例

八、满足顾客是推销的宗旨

培训机构名称、地址

## 章节摘录

版权页：第一章 推销概述一、推销的定义和实质（一）推销的定义推销这一古老名词是伴随着商品交换的产生而产生，伴随着商品交换的发展而发展的，社会分工把人类社会生活分割为生产和消费两部分，市场的作用在于把这两部分连结起来，具体完成这个任务的活动就是推销。

推销员就是从事商品、服务推销的人员。

有些人对推销有着种种误会和曲解，把推销与沿街叫卖、上门兜售、减价抛售联系在一起；认为推销员“唯利是图，不择手段”；“耍嘴皮子、吹牛”；“推销是骗术”；“推销是拉关系”；“卖东西、让客户掏钱”，这些错误的认识影响着推销队伍的建立。

从广义上讲，推销是指通过一定的方法和技巧，使特定对象接受某种事物和思想的行为过程。

推销是一种说服、暗示、沟通和要求，每个人在某种程度上都在推销东西，如：婴儿想要喝奶或尿布湿了，是啼哭方式来推销自己的意图；母亲通过讲解吃杂粮的好处，要求小孩多吃杂粮，实际也是在推销。

狭义的商品推销是指推销员运用一定的方法和技巧，引导商品和劳务从生产者到达消费者手中所实行的活动，包括访前准备、寻找潜在顾客、接近顾客、洽谈沟通、处理异议、推销成交、建立联系等阶段。

如：观众观看推销员免费提供的精彩电影节目后，产生念头而购买电视机；通过演示宣传，消费者接受“足疗按摩”服务。

（二）推销的特征和内涵（1）行为复杂。

推销员需要了解和宣传产品、调查市场、寻求顾客、面谈、说服和诱导顾客购买商品、提供售后服务等。

<<推销员>>

编辑推荐

《推销员(修订版)》是农村劳动力转移就业职业培训教材。

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>