

<<推销技巧>>

图书基本信息

书名：<<推销技巧>>

13位ISBN编号：9787562256557

10位ISBN编号：7562256551

出版时间：2012-8

出版时间：华中师范大学出版社

作者：李文新 编

页数：241

字数：320000

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>

<<推销技巧>>

内容概要

李文新等编著的《推销技巧》从推销的原则和职能入手，重点阐述了推销的一般程序，并且对电话销售和QQ群营销等新的推销方式进行了归纳和探讨。

《推销技巧》内容深入浅出，理论可读易懂，技能贴近实践操作。

既能保证教学中的师生互动，又能迅速提高学生的实战技能；既能活学活用，又能启发思维、举一反三。

同时大量的案例讨论、阅读资料、知识链接等对主题内容起到了很好的支撑作用。

<<推销技巧>>

书籍目录

第一章 推销概述

第一节 推销的特点及其要素

第二节 推销的原则与程序

第三节 推销的职能

第二章 推销的主体与客体

第一节 推销的主体之一——推销人员

第二节 推销的主体之二——推销对象

第三节 推销的客体

第三章 推销的模式

第一节 爱达模式

第二节 迪伯达模式

第三节 埃德帕模式

第四节 费比模式

第四章 电话销售与QQ群营销

第一节 电话销售

第二节 QQ群营销

第五章 顾客在哪里

第一节 寻找顾客的基本准则

第二节 寻找顾客的程序和方法

第六章 怎样约见顾客

第一节 约见顾客的内容

第二节 约见顾客的方法

第七章 如何接近顾客

第一节 接近准备与接近

第二节 接近顾客的方法

第八章 推销的核心环节——洽谈

第一节 推销洽谈的程序

第二节 推销洽谈的方法

第三节 推销洽谈的技巧

第九章 如何处理顾客异议

第一节 顾客异议成因分析

第二节 处理顾客异议的原则和策略

第三节 处理顾客异议的方法

第十章 推销的最终目标——成交

第一节 识别成交信号

第二节 促成成交的方法与技巧

第三节 成交后的客户服务

第十一章 推销管理

第一节 销售团队建设

第二节 推销绩效评估

第三节 客户关系管理

主要参考文献

<<推销技巧>>

编辑推荐

推销是市场营销组合的核心内容，是保证社会再生产过程顺利完成的中心环节。

《21世纪高等职业教育应用型规划教材·经济管理系列：推销技巧》从推销的原则和职能入手，重点阐述了推销的一般程序，并且对电话销售和QQ群营销等新的推销方式进行了归纳和探讨。本教材注重培养学生的实际工作能力，充分体现了“以学生为主体，以能力为本位，以行动为导向，以综合素质为基础”的职业教育课程改革的指导思想。

<<推销技巧>>

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>