

<<终端阵地战>>

图书基本信息

书名：<<终端阵地战>>

13位ISBN编号：9787801972866

10位ISBN编号：7801972864

出版时间：2005年10月1日

出版时间：企业管理出版社

作者：张小虎

字数：218000

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>

<<终端阵地战>>

内容概要

这是一部教你如何卖东西给顾客的教材，这是一部教你如何与竞争对手展开终端“阵地战”的兵书，这是一部培训和管理导购员的力作。

上篇，是教导购员如何赤手空拳凭嘴巴和心智把产品卖出去；中篇，是教导购员如何进行促销，即借助终端助销物把产品卖出去；下篇，写的是导购员日常工作的管理和企业产品培训手册的制作，可供导购主管使用。

本书适应的行业以耐用消费品为主，快速消费品为辅。

因为它来自于一位从基层做起的一线杰出营销经理之手，其实践性和可读性非常强，因此，它可作为导购员提高导购技巧的自修教材，也不失为业务代表、业务经理指导、培训导购员的一本实践性教材。

。

<<终端阵地战>>

作者简介

张小虎，杰出区域营销经理，获首届营销金鼎奖，曾担任康佳电器、科龙电器、小霸王电子等各然制作企业的分公司经理、市场部经理。

17年如一日，他在本土市场的枪林弹雨中穿行，足迹遍布湖南、湖北、河南、江苏、江西、广东、广西、吉林、安徽、上海等十省市，从推销能手到营销

<<终端阵地战>>

书籍目录

百年营销 十年派力

前言

上篇 导购：与顾客面对面的推销

第一章 导购：与顾客面对面的销售

1.1 导购：用嘴巴销售

1.2 导购员的角色

1.3 导购员的职责

1.4 导购员的基本素质

第二章 导购员应掌握的基本知识

2.1 了解公司情况

2.2 了解产品

2.3 了解竞争品牌的情况

2.4 了解卖点（卖场）知识

第三章 顾客购买心理

3.1 顾客：销售事业的基础

3.2 顾客购买的基本知识

3.3 顾客购买的动机

3.4 顾客的类型

3.5 顾客购买的心理变化

第四章 导购员（促销员）专业销售技巧

4.1 向顾客推销自己

4.2 向顾客推销利益

4.3 向顾客推销产品

4.4 向顾客推销服务

第五章 现场导购操作步骤

5.1 待机

5.2 接近顾客

5.3 推介产品

5.4 完成销售

5.5 售后服务

第六章 现场导购的十个关键时刻

6.1 营业前准备——第一个关键时刻

6.2 初步接触——第二个关键时刻

6.3 揣摩顾客需求——第三个关键时刻

6.4 产品介绍过程——第四个关键时刻

6.5 处理异议——第五个关键时刻

6.6 成交——第六个关键时刻

.....

中篇 千秋大业 始于终端

下篇 导购工作管理

<<终端阵地战>>

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>