

<<推销技术>>

图书基本信息

书名：<<推销技术>>

13位ISBN编号：9787802439061

10位ISBN编号：780243906X

出版时间：2012-1

出版时间：航空工业

作者：冯枫 编

页数：227

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>

<<推销技术>>

内容概要

推销技术是高等职业院校市场营销类专业的核心课程，重在培养学生开展推销活动的实践能力。全书共九个项目，分别阐述了推销基础知识、寻找与发现准顾客、约见与接近准顾客、进行推销洽谈，处理顾客异议、促使交易成功、完善售后服务、网络推销和加强推销管理等内容。

本书在形式是采用了项目教学法的结构，侧重于讲、学、练、思、问的一体化编写思路，并精选了大量实际案例，强化了理论与实际的结合，具有较强的针对性、应用性和前瞻性。

本书资源丰富、结构新颖、条理清晰、重点突出，非常适合各类职业院校市场营销专业及相关专业的学生选用，也可供企业从业人员培训或其他推销人员自学使用。

<<推销技术>>

书籍目录

项目一 推销基础知识

引导案例

任务一 认识推销

一、推销的概念

二、推销三要素

三、推销的特点

四、推销的作用

任务二 研究推销心理

一、顾客的购买心理

二、推销员的推销心理

任务三 了解推销方式与模式

一、推销方式

二、推销模式

任务四 掌握推销原则

一、满足顾客需求

二、创造互利互惠

三、推销使用价值

四、尊重推销对象

五、坚持诚信为本

任务五 提高推销职业素质与能力

一、优秀推销员必备的职业素质

二、优秀推销员必备的职业能力

三、推销方格理论

任务六 注重推销礼仪

一、仪表礼仪

二、服饰礼仪

三、姿态礼仪

四、交谈礼仪

五、送访礼仪

案例分析

项目小结

思考与练习

项目二 寻找与发现顾客

项目三 约见与接近顾客

项目四 进行推销洽谈

项目五 处理顾客异议

项目六 促使交易成功

项目七 完善售后服务

项目八 网络推销

项目九 加强推销管理

<<推销技术>>

章节摘录

版权页:项目一 推销基础知识任务一 认识推销推销是一个古老的名词, 发展历史源远流长。

它伴随着商品交换的产生而产生, 又伴随着商品交换的发展而发展。

推销是现代企业进行经营活动的重要步骤, 并且与我们的日常生活息息相关。

但由于历史和现实的原因, 一些人对推销有着种种误解, 对于推销人员有着种种偏见。

因此, 正确认识推销, 准确把握推销的含义是熟悉推销业务、掌握推销技巧的前提。

另外, 随着科学技术的发展, 人类社会的进步, 时代赋予了推销更多的内涵。

一、 推销的概念推销的概念有广义和狭义两种表述。

从广义方面说, 推销是一个沟通的过程。

是指在社会生活中, 一个特定的活动主体运用某些方法和策略, 向特定对象传递信息, 并使其认可自己的观点和想法的行为。

从这个角度来看, 推销行为随处可见。

比如, 美国总统候选人向民众宣扬自己的政治理念, 英国海德公园里的演讲者向游客表达自己的思想, iphone经销商向消费者演示产品, 老师向学生讲授科学知识等等。

从狭义方面说, 推销是一个产品推销的过程。

是指推销人员通过说服、演示等推销手段, 促使顾客购买产品的行为。

从这个角度来看, 推销员、营销代表、业务员、销售顾问、销售工程师、区域经理等都是在从事推销工作的推销人员。

本书主要研究狭义的推销行为。

<<推销技术>>

编辑推荐

《全国高等职业教育十二五精品教材（市场营销专业）：推销技术》每个项目都包括“学习目标”、“引子”、“引导案例”、“案例分析”、“项目小结”、“思考与练习”等多个板块。其中，“学习目标”部分给出了学习本项目后应掌握的知识与技能；“引导案例”部分给出了一个与本项目关系密切的案例，并提出了若干问题供学生思考；“案例分析”部分将引领学生对开始的案例进行分析，从而体现了理论与实践相结合的思想。

<<推销技术>>

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>