

<<寿险营销新思维>>

图书基本信息

书名：<<寿险营销新思维>>

13位ISBN编号：9787810884297

10位ISBN编号：7810884298

出版时间：2006-7

出版时间：西南财经

作者：薛梅

页数：206

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>

<<寿险营销新思维>>

内容概要

《寿险营销新思维》对寿险现象、寿险产品、寿险营销、寿险消费、寿险择业等方面所存在的问题，做了全面的剖析和深入的反思，有的放矢，知行贯通，对于这一行业的观念革新无疑具有巨大的现实意义。

难能可贵的是，作者并未拘泥于书斋的学术清谈，而是勇于走出象牙塔投身于市场实战体验，对营销模式进行冷静透视与深入剖析，对市场逻辑进行严密考证与推敲演绎，对营销思维进行大胆假设与创新突破。

其立论着眼现实，重在解决既有问题，以深厚的学术功底应用于市场指导；其行文平和朴实，深入浅出，字里行间透露出厚重的行业使命感，使人为之感慨。

这亦是该书有别于其他保险著述的特点之一。

虽然行业中并不乏同类命题之著述，但本书通过对寿险业所存在问题的追溯部析，从而在根源处梳理，重新确立对这一行业的观念认知，并以崭新的观念推演出行业发展的尝试性思路。

<<寿险营销新思维>>

书籍目录

第一章 寿险现象透视有风险就要买保险吗？

医疗体制改革了就要买保险吗？

寿险是一种产品，更是一种现象民族寿险产品，凭什么把你卖出去？

你无法阻挡它的脚步了解寿险，从了解中国的经济变革开始接受寿险，从接受变革开始第二章 寿险产品的营销观保险与彩票，冰火两重天的背后买了保险不“保险”的尴尬保险不仅仅是划算不划算的问题你扛得动医疗费用吗？

买保险的实惠从哪里体现如何看待投资型的保险产品从第八课降息思索寿险产品的未来保险卖的是对概念的感受中国寿险产品的战略发展方向第三章 找到寿险营销的本质第四章 寿险职业选择的营销视角第五章 寿险经营方式第六章 反思寿险增员第七章 透视寿险消费者第八章 顿悟寿险营销

<<寿险营销新思维>>

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>