

<<推销技能训练>>

图书基本信息

书名：<<推销技能训练>>

13位ISBN编号：9787030229076

10位ISBN编号：703022907X

出版时间：2008-9

出版时间：科学出版社

作者：王淑荣，李晓燕 主编

页数：277

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>

## <<推销技能训练>>

### 前言

本书是中等职业教育“十一五”规划教材之一，为中等职业学校市场营销、现代物流、电子商务等专业开设的推销技能训练而编写，也可作为营销人员岗位培训教材。

推销技能训练是一门实用性和实践性较强的学科。

本书以推销工作过程为主线安排结构体系，以如何做好推销工作为主旨，着力培养学生的综合应用能力和实际操作能力。

本书在对“必需、够用”的基本推销理论知识进行重点、扼要、完整论述的同时，以“案例”引入正文，在正文中加入了大量的图、表、案例，各章设计了习题、实训题等栏目，强化学生所学的知识，体现了“以学生为本”、“学生多参与、多训练”的编写思路。

本书每一章由案例导入、推销知识、小结、习题、实训等几个部分组成。

讲授本书建议安排72学时，具体学时分配参考下表。

## <<推销技能训练>>

### 内容概要

本书以推销工作过程为主要线索安排结构体系，系统介绍了推销计划、推销准备、寻找客户、接近客户、推销洽谈、客户异议、促成交易、客户管理、推销管理等。

本书按照中等职业教育实用性和操作性强的特点，简化了理论知识，以够用、实用为原则，加入了大量的图、表、案例，各章设计有案例导入、思考题、案例分析、课堂训练、实战演习等专项内容，把教学、训练与实践相结合，职业能力训练内容充实，符合中等职业教育的特点。

本书可作为中等职业学校市场营销、现代物流、电子商务等专业的教学用书，也可以作为营销人员岗位培训教材和自学用书。

## &lt;&lt;推销技能训练&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章 推销概述 1.1 现代推销 1.1.1 现代推销的含义 1.1.2 现代推销的过程 1.2 现代推销的方式 1.2.1 推式方式 1.2.2 拉式方式 1.2.3 互动方式 1.2.4 多渠道的销售方式 1.2.5 推销方式创新 1.3 现代推销的模式 1.3.1 爱达模式 1.3.2 迪伯达模式 1.3.3 其他模式 小结 习题 实训第2章 推销计划 2.1 推销计划概述 2.1.1 推销计划的含义 2.1.2 推销计划的类型 2.2 编制推销计划 2.2.1 编制部门推销计划 2.2.2 编制个人推销计划 小结 习题 实训第3章 推销准备 3.1 塑造自我形象 3.1.1 注重礼仪规范 3.1.2 具有正确的工作态度 3.1.3 具备良好的心态 3.1.4 养成良好的习惯 3.2 研究业务知识 3.2.1 掌握市场知识 3.2.2 掌握企业知识 3.2.3 掌握商品知识 3.3 把握客户 3.3.1 客户类型 3.3.2 把握客户心理 小结 习题 实训第4章 寻找客户 4.1 寻找客户 4.1.1 准客户范围确定 4.1.2 寻找准客户途径 4.2 准客户资格审查 4.2.1 准客户需求审查 4.2.2 准客户支付能力审查 4.2.3 准客户购买决策权审查 4.2.4 准客户信用限度审查 小结 习题 实训第5章 接近客户 5.1 接近客户前的准备 5.1.1 了解客户情况 5.1.2 制订拜访计划 5.1.3 保持个人形象 5.1.4 做好心理准备 5.1.5 准备好推销工具 5.2 约见客户 5.2.1 约见内容 5.2.2 约见方式 5.2.3 客户资格认定 5.3 接近客户 5.3.1 接近客户的步骤 5.3.2 接近客户的基本方法 小结 习题 实训第6章 推销洽谈 6.1 推销洽谈概述 6.1.1 推销洽谈的含义 6.1.2 推销洽谈的内容 6.1.3 推销洽谈的步骤 6.2 推销洽谈的方法与技巧 6.2.1 推销洽谈的方法 6.2.2 推销洽谈的技巧 小结 习题 实训第7章 客户异议 7.1 客户异议概述 7.1.1 客户异议的含义 7.1.2 客户异议的类型 7.1.3 客户异议的成因 7.2 处理客户异议的方法与技巧 7.2.1 处理客户异议的方法 7.2.2 处理客户异议的技巧 小结 习题 实训第8章 促成交易 8.1 促成交易的策略 8.1.1 密切关注成交信号, 当即促成交易的策略 8.1.2 保持积极的成交态度, 主动促成交易的策略 8.1.3 帮助客户权衡利弊, 达成满意成交的策略 8.1.4 留有余地, 适时成交的策略 8.1.5 把握时机, 随时促成交易的策略 8.2 促成交易的方法 8.2.1 请求成交法 8.2.2 假定成交法 8.2.3 选择成交法 8.2.4 从众成交法 8.2.5 局部成交法 8.2.6 限期成交法 8.2.7 激将成交法 8.2.8 其他成交法 8.2.9 缔结契约的注意事项 小结 习题 实训第9章 客户管理 9.1 客户服务管理 9.1.1 服务的含义 9.1.2 客户服务的含义 9.1.3 客户服务的类型 9.1.4 提高服务质量 9.2 客户信用管理 9.2.1 分析信用赊销的可行性 9.2.2 调查客户资信 9.2.3 选择讨债的场合 9.2.4 利用不同的讨债手段 9.2.5 制定讨债策略 9.2.6 合理运用信用政策 9.3 客户关系管理 9.3.1 建立客户档案 9.3.2 筛选客户 9.3.3 客户的管理方法 9.3.4 获得客户的忠诚 9.3.5 分析处理客户投诉 9.3.6 坚持客户关系管理的原则 小结 习题 实训第10章 推销管理 10.1 推销员的业绩考评 10.1.1 收集考评资料 10.1.2 建立绩效标准 10.1.3 选择考评方法 10.2 推销员的管理 10.2.1 推销员的管理 10.2.2 推销员的激励 小结 习题 实训参考文献

<<推销技能训练>>

章节摘录

第1章 推销概述 知识点： (1) 现代推销的过程； (2) 现代推销的方式； (3) 现代推销的模式。

能力点： (1) 正确运用现代推销的方式； (2) 正确运用现代推销的模式。

导入 有人说，推销是卖东西、迫使客户挣钱。

有人说，推销是耍嘴皮子、吹牛。

有人说，推销是高明的骗术。

有人说，推销是拉关系。

有人说，推销是说服、鼓动。

有人说，推销只对卖方有利。

对于现代推销的概念有许多不同的看法，众说纷纭，莫衷一是。

那么容易什么是现代推销呢？

.....

## <<推销技能训练>>

### 编辑推荐

《推销技能训练》可作为中等职业学校市场营销、现代物流、电子商务等专业的教学用书，也可以作为营销人员岗位培训教材和自学用书。

《推销技能训练》以推销工作过程为主线安排结构体系，以如何做好推销工作为主旨，着力培养学生的综合应用能力和实际操作能力。

《推销技能训练》在对“必需、够用”的基本推销理论知识进行重点、扼要、完整论述的同时，以“案例”引入正文，在正文中加入了大量的图、表、案例，各章设计了习题、实训题等栏目，强化学生所学的知识，体现了“以学生为本”、“学生多参与、多训练”的编写思路。

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>