第一图书网, tushu007.com

<<现代推销技术>>

图书基本信息

书名：<<现代推销技术>>

13位ISBN编号：9787040245899

10位ISBN编号：7040245892

出版时间：2008-10

出版时间：高等教育出版社

作者：庞如春，岳元峰　主编

页数：243

字数：370000

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

内容概要

这本《现代推销技术》由庞如春和岳元峰主编，是普通高等教育“十一五”国家级规划教材，也是普通高等教育精品教材，是按照教育部高职高专规划教材的编写要求，遵循理论以“必需、够用”为度和理论与实践相结合的原则，以推销员职业技能鉴定标准为参考而编写的。
全书内容以推销员工作的基本技能和工作要求为轴心，舍弃与推销关联度低的内容，不高理论专论，突出实务运用，把理论融于实务技能的体系中，将推销定位于现代营销系统。
全书的学习目标、正文、案例及案例评析、学生练习、本章小结、思考与训练等互为呼应，语言通俗易懂，选材实用生动，可读性强，对提高学生学与做的积极性和自觉性很有帮助。

本书瞄准专业岗位，以推销过程为线索，包括各类商务推销要素，设置了八章内容：推销概述、寻找顾客与接近顾客，顾客异议及处理，推销价格、成交与履约、销售渠道与储运、销售促进技术、网络推销。

《现代推销技术》适用于普通高等院校(高职高专、应用型本科)、成人高校、民办高校及本科院校举办的二级职业技术学院市场营销专业及其他相关专业的教学，也可供五年制高职学生使用，并可作为社会从业人士的参考读物。

<<现代推销技术>>

书籍目录

第一章 推销概述
 第一节 现代推销与市场营销
 第二节 推销管理
 第三节 推销程序
 学生练习
 本章小结
 思考与训练
第二章 寻找顾客与接近顾客
 第一节 寻找顾客
 第二节 顾客资格审查
 第三节 约见顾客
 第四节 接近顾客
 学生练习
 本章小结
 思考与训练
第三章 顾客异议及处理
 第一节 正确认识顾客异议
 第二节 处理顾客异议的原则与方法
 第三节 常见顾客异议的处理技巧
 学生练习
 本章小结
 思考与训练
第四章 推销价格
 第一节 价格的哲学
 第二节 报价技术
 第三节 还价技术
 第四节 价格策略与技巧
 学生练习
 本章小结
 思考与训练
第五章 成交与履约
 第一节 成交
 第二节 签订协议
 第三节 推销服务
 第四节 追结货款
 学生练习
 本章小结
 思考与训练
第六章 销售渠道与储运
 第一节 销售渠道
 第二节 中间商管理
 第三节 渠道中的物流
 第四节 运输与包装
 学生练习
 本章小结

思考与训练
第七章 销售促进技术
第一节 企业公共关系技术
第二节 营业推广技术
第三节 广告促销技术
学生练习
本章小结
思考与训练
第八章 网络推销
第一节 网上消费者
第二节 网络推销渠道
第三节 网络推销实务
第四节 网络促销策略
学生练习
本章小结
思考与训练
参考文献

章节摘录

（二）提供或享受均等发言机会　　在接触的开始阶段，一般不具备由一方主导的条件，双方都应努力做到谈话时间与倾听时间基本相等，不能独霸洽谈时间。

（三）讲话要尽量简洁、轻松　　在开始阶段，双方都要阐明自己的立场、观点，要轮流做简短的陈述。

所以，双方都不应滔滔不绝，拖延时间。

（四）要进行充分的合作　　应积极提出使双方意见趋向一致的问题和建议，同时注意给对方足够的机会发表不同意见和提出不同的设想，努力树立并巩固和发展一致意见的意识，加强一致感。

（五）要乐意接受对方的意见　　只要对方的建议是合理可行的，就应该尽量同意。

从心理学的意义上说，赞同对方的观点要比反对对方的观点更好一些。

通过以上几个方面的努力会使双方受益，它不仅可以建立一种诚挚、轻松的等同于社交场合的气氛，而且可以避免产生对合作有破坏作用的互相敌视和防范的情绪，不会过早地使推销陷入争议之中。

……

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