

<<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：9787040364323

10位ISBN编号：7040364328

出版时间：2012-12-01

出版时间：庞如春、岳元峰 高等教育出版社 (2012-12出版)

作者：庞如春，岳元峰 编

页数：251

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>

<<现代推销技术>>

内容概要

《普通高等教育“十一五”国家级规划教材修订版·普通高等教育精品教材修订版：现代推销技术（第2版）》具有鲜明的行业特点。

全书以理论联系实际为原则，突出推销人员工作的基本技能，重点在可操作性上下工夫，在形象具体的案例展开过程中由浅入深、循循善诱地引导学生理解和掌握现代推销技术的精华。

每章的知识目标、能力目标、案例、正文、阅读资料、小结、同步测试、模拟实训等内容自然延伸、互为呼应，对提高学生学与做的能力很有帮助。

《普通高等教育“十一五”国家级规划教材修订版·普通高等教育精品教材修订版：现代推销技术（第2版）》切合实际，博采众长，但不贪大求全，站在商品推销时代发展的最前沿，调整和设置了八章内容，即推销概述、寻找与接近顾客、顾客异议与处理、推销价格、成交与履约、推销与谈判技术、推销促进技术、网络推销。

这些内容都是以培养学生推销能力为主线而展开的。

本书适用于普通高等院校（高职高专、应用型本科）市场营销专业及相关专业的教学，也可供五年制高职学生和社会推销从业人员使用。

本书提供数字课程的学习，欢迎读者登录高等职业教育教学资源中心，获取相关教学资源，进行自主学习及交流活动。

<<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 推销程序第二章 寻找与接近顾客第一节 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 追结货款第六章 推销与谈判技术第一节 争取主动权第二节 实施让步第三节 取得进展第七章 销售促进技术第一节 广告促销技术第二节 企业公共关系技术第三节 营业推广技术第八章 网络推销第一节 网上消费者第二节 网络销售渠道与配送第三节 网络信息推广与销售促进参考文献

章节摘录

四、注意事项 成交并非意味着推销活动的结束，而仅仅是“关系推销”进程的开始。推销人员在签订推销合同之后，要及时向顾客表示感谢和告别，并根据合同条款的要求做好货物发放、装运等后续服务并定期与顾客联系，解决顾客在使用产品中所碰到的各种问题，让顾客满意，并发展和巩固双方的友谊，使其成为忠诚顾客。

(一) 成交后的礼节 在交易达成后，仍应保持一份冷静，不要得意忘形，谨防乐极生悲，要用诚挚的语言对顾客的合作表示感谢。

例如：“您做出了一项明智的选择，谢谢您。

”“能跟您达成这笔交易，我感到万分高兴，谢谢您的合作。

”“请让我代表公司对您的合作再一次表示感谢。

”但推销人员也应认识到，交易的达成是对购买双方都有利的事情，是一种互惠互利的交易，因此，不要过分地表示你的感谢。

你帮顾客解决了他们所遇到的问题，同时也获得了订单，是“双赢”的好事。

在交易达成后，不要滞留太久，应及时与顾客握手告别，因为顾客可能会有别的事情要做。

一般来说，第一个站起来道别的应该是推销人员。

(二) 确保将来购买 你费了九牛二虎之力，好不容易把准顾客变成了顾客，需要做些什么才能确保将来他们仍从你这里购买呢？

除了强化推销品的主要利益外，还需考虑以下六个因素： 1. 集中精力增进利益渗透 在有效揭示准顾客的需求和始终如一地通过购买推销品而寻求有效解决问题的办法方面，利益提示起到关键性作用。

这就要求你必须证实你对顾客提供的产品有着最大的利益，你售出的是帮助。

2. 拜访新的中间商 按照预定的计划表经常向新中间商联系，拜访的具体次数应考虑以下几点： (1) 中间商现在及将来的销售额； (2) 一年期望的订货量； (3) 中间商所出售的产品数量； (4) 中间商所购物品的复杂性。

由于对一个中间商服务的时间量可能是几分钟至几天不等，因而为每个客户设计的拜访频率也必然是灵活的。

一般投入时间与从每个中间商那里取得的实际或潜在销售额大小成正比。

3. 即时处理顾客抱怨 这是向顾客证实你很看重他们及其业务的最佳机会，应真诚地关心和处理顾客的意见。

处理顾客意见（即使是微不足道的抱怨）的速度体现了你对顾客问题的重视程度。

.....

<<现代推销技术>>

编辑推荐

《现代推销技术(第2版)》以理论联系实际为原则,突出推销人员工作的基本技能,重点在可操作性上下工夫,在形象具体的案例展开过程中由浅入深、循循善诱地引导学生理解和掌握现代推销技术的精华。

每章的知识目标、能力目标、案例、正文、阅读资料、小结、同步测试、模拟实训等内容自然延伸、互为呼应,对提高学生学与做的能力很有帮助。

本书由庞如春、岳元峰担任主编。

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>