第一图书网, tushu007.com

<<推销学>>

图书基本信息

书名：<<推销学>>

13位ISBN编号：9787300142371

10位ISBN编号：7300142370

出版时间：2011-9

出版时间：中国人民大学出版社

作者：郑锐洪 编

页数：296

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

本书力图将推销及销售管理理论与中国市场的实践结合起来，定位于既有一定理论深度，又有系统的操作策略和方法的“好学好用”的教材。

?以推销的“工作过程”为导向，以“树立现代推销理念——进行推销前的素质准备——掌握推销过程的步骤、策略与方法——推销售后服务与管理”为逻辑框架，紧密结合企业推销工作的实际，便于读者学以致用。

?引入精确营销理论、过程管理理论，阐述了知识推销、关系推销、网络推销、体验推销、电话推销、推销商业伦理理念，讨论了推销压力管理、应收账款管理、销售团队建设等新的主题，强化了推销服务与管理部分的内容。

?尽量采用本土企业案例和最新案例资料，便于读者理解掌握。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

郑锐洪，天津工业大学管理学院营销副教授、高级经济师，中国市场营销研究中心（MRCC）研究员。
具有多年企业营销管理经验，曾在广州鹰金钱企业集团公司、广东佳宝集团营销中心、新加坡嘉里粮油商务拓展（深圳）有限公司担任销售经理、营销副总等职。
研究方向为市场营销理论、渠道管理、服务营销，发表学术论文三十余篇，参与和主持科研项目六项，主编及参编教材五部，并多次获得教学和科研奖项。

<<推销学>>

书籍目录

第1篇　推销理论认知
　第1章　推销概述
　　第1节　推销的概念内涵
　　第2节　推销、销售与营销
　　第3节　推销流程及学科发展
　　第4节　推销的商业伦理原则
　第2章　推销理论与模式
　　第1节　推销三角理论
　　第2节　推销方格理论
　　第3节　典型推销模式分析
　　第4节　推销理论与实践创新
第2篇　推销素质准备
　第3章　推销沟通及礼仪
　　第1节　客户沟通概述
　　第2节　客户沟通技巧
　　第3节　了解推销礼仪
　　第4节　人员推销礼仪
　第4章　推销员自我准备
　　第1节　推销员的基本素质
　　第2节　推销员的知识准备
　　第3节　推销员的能力准备
　　第4节　优秀推销员的个性特质
第3篇　推销活动实施
　第5章　目标客户寻找
　　第1节　潜在客户寻找
　　第2节　建立客户档案
　　第3节　精确营销帮助聚焦客户
　第6章　接近目标客户
　　第1节　客户接近的设计
　　第2节　客户的有效接近
　　第3节　约见目标客户
　　第4节　建立客户信任
　第7章　推销业务洽谈
　　第1节　推销洽谈的内容
　　第2节　推销洽谈的步骤
　　第3节　推销洽谈的方法
　　第4节　推销洽谈的策略
　第8章　客户异议处理
　　第1节　客户异议的类型及成因
　　第2节　客户异议的处理
　　第3节　处理客户异议的方法
　　第4节　价格异议的应对策略
　第9章　促成业务交易
　　第1节　捕捉成交的信号
　　第2节　促成交易的方法

第3节　促进成交的技巧
第10章　电话推销
第1节　了解电话推销
第2节　电话推销的一般流程
第3节　电话推销人员素质修炼
第4节　电话推销方法技巧训练
第4篇　推销服务与管理
第11章　推销服务
第1节　推销服务的内涵
第2节　顾客投诉处理
第3节　大客户管理
第4节　客户关系管理
第12章　推销管理
第1节　推销业务管理
第2节　推销组织设计
第3节　应收账款控制
第4节　销售队伍管理
参考文献

第一图书网, tushu007.com

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