第一图书网, tushu007.com

<<直销实务与案例分析>>

图书基本信息

书名：<<直销实务与案例分析>>

13位ISBN编号：9787302208389

10位ISBN编号：7302208387

出版时间：2009-9

出版时间：清华大学出版社

作者：由丽丹 编

页数：147

字数：226000

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

前言

根据《国务院关于大力发展职业教育的决定》中关于“加强职业院校学生实践能力和职业技能的培养”，我们组织编写了这套《职业教育现代市场营销系列教材》。

自2008年年底金融危机蔓延以来，我国外贸出口下降、外国投资锐减、GDP增速放缓……成千上万的企业都面临订单减少，竞争加剧，企业经营不确定性因素增加的局面，因此，企业对企业前进的火车头——推销工作寄予的希望越来越大，因而对推销员的要求也越来越高。

企业不仅给推销员制定的销售指标越来越高，而且要求推销员承担收集市场信息等传统销售以外的工作。

由于企业对推销工作寄予的希望越来越大，所以对推销教学工作的要求也越来越高。

为了满足当前推销教学的需求，我们在编写本套丛书的过程中力求将近几年来推销教学中的经验融于其中。

本套丛书包括《现代推销理论与案例分析》、《直销实务与案例分析》、《市场营销实务与案例分析》、《网络营销》、《市场调查与预测》、《消费者心理学》和《营销礼仪》。

这七本书内容相互衔接和补充。

本套丛书有以下特点。

第一，实用。

许多传统推销学教材还保留着计划经济的特征，推销员在推销过程中，既不用面对客户的“货比三家”，更没有竞争对手的“搅局”。

由于这种理论远离现实，所以基本上没有什么实用价值。

本套教材以现实的推销工作流程为依据，对推销工作的各个环节进行详尽的讲解和分析，并辅以大量鲜活的工作案例帮助学生理解，因而实用性很强。

第二，新颖。

在结构上，根据职业教育的特点，在每一章的后面增加了“案例分析”和“实战训练”。

通过这种分析和实训，能大大提高学生对推销工作的感性认识，因而能在将来的实际工作中很快地进入角色。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书以直销过程为主线，融入了直销最新实践成果，对客户心理把握的讲解是本书的创新。
本书语言通俗易懂，深入浅出，内容包括：直销环境分析、直销员心态、发现和维护客户、直销技巧等。

本书可作为职业院校市场营销专业教材和本科市场营销专业辅助教材，也可作为企业市场营销工作人员和对市场营销与直销感兴趣的人员的参考用书。

<<直销实务与案例分析>>

书籍目录

第一章　直销概述　第一节　直销的定义及分类　第二节　多层次直销的特点　第三节　直销与“金字塔”式销售　第四节　人员直销与直效营销　本章案例赏析　实战训练第二章　直销企业环境分析　第一节　直销企业宏观环境分析　第二节　直销企业微观环境分析　本章案例赏析　实战训练第三章　直销员必胜心态　第一节　始终保持积极的心态　第二节　铸就坚定的自信心　第三节　拥有一颗勇敢无畏的心　第四节　磨炼百折不挠的意志　第五节　永葆诚信之心　本章案例赏析　实战训练第四章　发现和维持目标客户　第一节　开发潜在客户　第二节　挖掘准客户　第三节　维持老客户，抓住新客户　本章案例赏析　实战训练第五章　直销现场技巧　第一节　劝购与说服技巧　第二节　捕捉顾客成交信号的技巧　第三节　听与说的技巧　第四节　调整销售心态　本章案例赏析　实战训练第六章　直销中的顾客异议与拒绝　第一节　直销遭遇拒绝　第二节　直销遭遇顾客异议　第三节　应对顾客的抱怨　本章案例赏析　实战训练第七章　在直销中实施情感战略　第一节　拉近与客户的关系　第二节　与顾客进行有效的情感沟通　第三节　用礼物打动顾客　本章案例赏析　实战训练第八章　直销在特定情景下的沟通技巧　第一节　初次与客户见面交谈的技巧　第二节　向顾客报价的技巧　第三节　避免客户违约的技巧　第四节　直销预约技巧　本章案例赏析　实战训练参考文献

章节摘录

第一章　直销概述　　第一节　直销的定义及分类　　一、直销的定义　　直销是一种古老而先进的营销模式。
现代直销于20世纪40年代萌芽，由犹太人卡萨贝创立，真正使它兴盛起来的地方却是美国。
因此，有人说，现代直销起源于美国，发展于日本，成熟于中国台湾省。
虽然直销已经经历了半个多世纪的历史，但是，当前无论学术界还是直销业界，对于直销的定义仍然存在很大的争论，还没有一个统一的说法，较为主流的观点有以下几种。
1.世界直销联盟对直销的定义　　世界直销联盟(World Federation of Direct Selling Associations，WFDSA)认为，直销(direct selling)是以面对面的方式，直接将产品及服务销售给消费者，销售地点通常是在消费者或他人家中、工作场所，或其他有别于永久性零售商店的地点。
直销通常由独立的直接销售人员进行说明或示范，这些销售人员通常被称为直销人员。
独立的直销人员代表自身或所属直销公司，通过个人销售关系，贩卖产品与服务，在某些地区统为独立承销人，即这些独立销售人员并非所销售产品公司的员工，而是经营自身事业的独立实业家。这些独立销售人员有机会从事业中获利，也必须承受独立经营事业所带来的风险。

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