

<<现代推销学>>

图书基本信息

书名：<<现代推销学>>

13位ISBN编号：9787313078414

10位ISBN编号：7313078412

出版时间：2012-1

出版时间：上海交通大学出版社

作者：刘志超 主编

页数：258

字数：330000

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>

<<现代推销学>>

内容概要

《21世纪普通高等教育规划教材·市场营销系列：现代推销学》以当今世界最先进的推销理论为基础，结合中国企业从事推销工作的最新实践，在阐述推销活动的基本知识和基本理论的基础上，以推销过程为主线，详细地介绍推销活动各个阶段的实用技巧和相关策略，具有较强的实用性。

《21世纪普通高等教育规划教材·市场营销系列：现代推销学》采用现代国际市场上流行的结构形式，每章独立成篇，每章设有学习目标、引例、相关链接、本章小结、复习思考题、案例分析题、实训大课堂等国际流行的教材栏目，内容丰富、案例生动。既适合于自学，又适合于教师根据教学时数灵活组织教学。

本书通过教材博客“销售太空站”与优质网络资源的链接，以便于学习者拓宽推销学的知识面，加深对相关知识的理解，也便于教师利用“销售太空站”组织学生的学习和交流互动。经过实践考察，教材博客是能够体现广泛的、公开的、与读者紧密联系的立体化教材建设的工作之一。

<<现代推销学>>

书籍目录

第1章 现代推销概述

- 1.1 什么是推销
- 1.2 现代推销与市场营销
- 1.3 推销过程

第2章 推销人员的素质要求

- 2.1 推销人员的职责
- 2.2 推销人员应具备的心理素质
- 2.3 推销人员应具备的知识结构
- 2.4 推销人员应具备的能力
- 2.5 推销方格理论

第3章 推销的基本理论

- 3.1 爱达 (AIDA) 模式
- 3.2 迪帕达 (DIPADA) 模式
- 3.3 爱德帕 (IDEPA) 模式
- 3.4 费比 (FABE) 模式

第4章 寻找和识别准顾客

- 4.1 寻找准顾客概述
- 4.2 寻找准顾客的方法
- 4.3 顾客资格审查

第5章 接触前准备

- 5.1 接触前准备概述
- 5.2 推销计划
- 5.3 约见顾客

第6章 拜访顾客

- 6.1 策划销售拜访
- 6.2 初次接近顾客
- 6.3 接近顾客的技巧和方法
- 6.4 接近顾客的注意事项

第7章 进行销售陈述

- 7.1 销售陈述的目的和步骤
- 7.2 销售陈述的方法
- 7.3 销售陈述的手段
- 7.4 销售演示
- 7.5 如何处理销售陈述中的常见问题

第8章 处理顾客异议

- 8.1 认识顾客异议
- 8.2 顾客异议产生的原因
- 8.3 顾客异议的处理

第9章 促成交易

- 9.1 成交的内涵和障碍
- 9.2 促成交易的时机
- 9.3 促成交易的原则
- 9.4 促成交易的方法

第10章 销售跟进

- 10.1 回访与售后服务

<<现代推销学>>

10.2 下单后的跟催

10.3 建议推销

第11章 推销人员自我管理

11.1 推销员时间管理

11.2 销售区域管理

11.3 客户档案管理

第12章 销售队伍建设

12.1 建立成功的销售组织

12.2 销售人力资源开发

12.3 推销人员业绩评估

12.4 销售薪酬与激励

参考文献

推荐网站

<<现代推销学>>

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>