第一图书网, tushu007.com

<<客户帮你做营销>>

图书基本信息

书名：<<客户帮你做营销>>

13位ISBN编号：9787506034098

10位ISBN编号：7506034093

出版时间：2010-6

出版时间：东方出版社

作者：佐伯康雄

页数：149

译者：朴宏艳

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

提案营业的趣味即是人生的趣味所在。
“已经就职于××公司了？
恭喜你啊！
那主要做什么呢？
”“营销。
”“哦，是营销啊……”此类对话常有耳闻。
为何有一说“营销”就会心灰意懒的人呢？
对于我而言，从来没有这种感觉。
我曾是被人仰慕的研发产品的技术人员。
因为从一开始就热爱这份工作，也就理所当然地对这份工作非常有兴趣，准确地说，应该是感到很有趣。
可是后来我转行投身到了营销领域，这是我自己选择的道路。
起初真的非常辛苦，因为销售业绩很不理想，甚至根本卖不出去。
所以，无法感受到工作的趣味。
不过事情的发展出现了急速转变，我突然开始卖出一些商品了。
并且，随着东西售出得越多，越发觉得这份工作有趣。
这种有趣与技术人员的工作是无法相比的，因为标准不一样。
且越过工作的趣味这一层次不说，这一行让我感觉整个人生都是愉快而又新奇的。
我忽然觉得所谓营销居然是这么了不起的职业呢。

内容概要

本书主要向读者介绍了“ 提案营业 ”这一营销方法。
这种营销方法的特点是：倾听顾客的不满，找出消除不满情绪的办法，再向客户提出一些建议．以使容户对营销员产生信赖．并乐于购买所推荐的商品。
本书贯以客户为导向．通过捕捉客户的反应，灵活收集有效信息，制定有实效的营销方案，刺激客户购买需求，最终提高营业利润，“ 创造冲破滞销坚壁，为此无二 ”，是一种起死回生的营销手法。

作者简介

作者：（日本）佐伯康雄 译者：朴宏艳

书籍目录

前言【序言】 打破不叫座墙壁最后的方法——真正的提案营 所谓的“提案营业” 何谓真正的提案营业 分析人的购买行为 了解购买行为的原理 重新认识购买能力 不满因素，购买能力与购买行为的因果关系 认清不满因素=负面因素 对cs(顾客满意度)的误解 当我注意到“不需要”的时候 超越市面和时代的产品畅销的法则 增加与顾客的接触点 作为家户端的专家 被拒绝与尊严无关 提案的构成 提案营业的五个阶段 挖掘潜在需求 应对显在需求阶段一 将顾客感觉不满和不便之处作为建议提出阶段二 捉住“反映信息”，提出具体的提案阶段三“选择信息”的提案阶段四“决定信息”的提案阶段五 从对剩余需求进行提案到顾客管理案例 我们公司采取这样的方式使营销工作变得更加有趣

章节摘录

提案营业的第一阶段是：根据顾客提供的“追求的目标、应有的态度”的信息，为能够意识到“与现状的差异”而投入刺激信息。
根据密切跟进不满信息（“不的问题”），使得顾客潜在的模糊的期待和需求明确化，或者把对现有商品的不满转化为新的需求。
期待和要求是抽象的需求。
通过不断思索，得到新的提案和提示，使之成为现实的需求。
这一时期称为“刺激信息的知觉期”。
姑且不谈严格的说明，我想先应认识到呼吁“没有什么问题吗？
”本身，这与刺激信息的提案是有关联的。
被这问题所触发，“这么说来，这里不方便，如果变成这样就方便了”的情况，是由于“不的问题”被扩大的情况越来越多。
如果有不满出现的话，应立即展开具体的商品、服务的提案。
但是，在这一阶段只要进行彻底的调查研究就可以了，暂时先不需要考虑营销。
就是说，不考虑的话结果会更好。
再有，即使回答“完全没有不满之类的事”，之后，根据提案“应有的态度”来开始调查研究“不的问题”的提案营业。
这个阶段就是接近。

编辑推荐

《客户帮你做营销》：超简单目标管理、降低成本50%的实际操作程序、如何创建有活力的公司、业务改革的成功之路、客户帮你做营销、高效中层领导的六个习惯、全员经营一如何确立企业深入人心的经营理念。

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