

<<现代推销理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<现代推销理论与实务>>

13位ISBN编号：9787565001345

10位ISBN编号：7565001341

出版时间：2009-12

出版时间：合肥工业大学出版社

作者：李情民

页数：303

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>

<<现代推销理论与实务>>

内容概要

本书所选案例基本上都是2005年以来公开发表的，有一些案例甚至是2009年刚刚发表的，案例具有一定的代表性。

本书内容既突出理论的完整性、严谨性，又注重知识的实用性。

比如，教材详细描述各种场合的礼仪，详细介绍生活资料产品的推销方法、生产资料产品的推销方法，在推销实际中可能遇到哪些问题以及如何应对等等。

由于本书对实际推销技巧讲述详细、符合企业实际，所以它具有实际参考价值。

本书必将受到高职院校市场营销专业的学生和广大营销人员的欢迎。

<<现代推销理论与实务>>

书籍目录

第一章 推销导论 第一节 推销 第二节 推销观念 第三节 现代推销学第二章 推销人员的基本素质 第一节 推销人员的素质要求 第二节 推销人员的职责 第三节 对推销工作的再认识第三章 推销礼仪 第一节 推销礼仪 第二节 静态礼仪 第三节 动态礼仪 第四节 宴请礼仪第四章 顾客研究 第一节 顾客需求研究 第二节 消费者购买商品的心理过程 第三节 顾客的个性心理特征 第四节 购买动机分析 第五节 消费者购买行为分析第五章 人员推销理论 第一节 推销理论 第二节 推销模式理论第六章 寻找与鉴定准顾客 第一节 寻找准顾客 第二节 顾客资格审查第七章 推销接近 第一节 接近准备 第二节 顾客约见 第三节 接近顾客的方法第八章 推销洽谈 第一节 推销洽谈的任务及原则 第二节 推销洽谈的方法 第三节 推销洽谈的策略第九章 处理顾客异议 第一节 顾客异议的类型及其产生的原因 第二节 处理顾客异议的原则、步骤、策略、方法和技巧第十章 成交技巧 第一节 推销成交的内涵、条件、信号和原则准备 第二节 推销成交的技巧第十一章 推销服务 第一节 推销服务的基本内涵 第二节 推销服务的原则 第三节 推销服务策略第十二章 推销管理 第一节 推销管理概述 第二节 推销组织 第三节 推销人员的管理 第四节 推销控制参考文献

<<现代推销理论与实务>>

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>