

<<营销的技巧>>

图书基本信息

书名：<<营销的技巧>>

13位ISBN编号：9787030132192

10位ISBN编号：703013219X

出版时间：2004-7-1

出版单位：科学出版社

作者：古川英夫

页数：236

译者：刘淑梅,赵儒煜

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>

<<营销的技巧>>

内容概要

《营销的技巧》是“走向出类拔萃”系列丛书“营销篇”之一。该套丛书旨在提供营销领域中的一个全新的理念和思考问题的方式，通过大量生动的图片和漫画，为指导营销行为及运作规律提供了行之有效的方法。本书共分八章，分别对营销人员如何规划自己的工作，如何积极有效的投入并实施自己的工作，如何对客户进行最佳的管理等问题给予了详细的介绍，同时突出了一些营销中的技巧，如何与客户进行深入的交往，如何开发并扩大自己的客户群以及应对自身的心理障碍，全身心地投入到工作中去，进行了生动简明的阐述。配之以丰富的图表，实用性更强。

<<营销的技巧>>

作者简介

古川英夫，1956年生于长崎县。
一桥大学经注学部毕业后，曾在城市银行咨询公司任职。
1991年1月，高立株式会社Only One，已为约350家企业、团体提供诊断、指导、教育服务，并在日本商工会议所、法人会讲演，并有很多著述。
古川英夫一直活路在咨询界中，深得中小企业主和社长的信赖。
其著作包括《人事制度手册》、《管理人员工作手册》（以上由海南书房出版）、《全面反思营销》、《经济方针、经营计划的制方法、推进方法》（由日本经济通信社出版）、《社长工作83项总检验》（同龙馆）、《优秀营销员的本质区别》（巴鲁出版）等。

<<营销的技巧>>

书籍目录

第1章 营销员的目标与行动1 大牌营销员的不同之处2 设定目标是挑战的开始3 提高销售额的关键4 订货多少要看行动次数5 善用手册6 用好每一天7 制订日程的技巧8 减少公司内部时间9 减少出行时间10 巧用间隙11 抢占先机12 POP支援活动第2章 销售与回收1 掌握商品知识2 理解本公司商品3 保持市场营销的理念4 了解需求与需要5 找到卖点6 掌握商品销售动向7 价格谈判的决定因素8 积分打折制9 货款回笼的六种方式10 回款方式的利与弊11 售后服务的功效12 强化索赔对应能力13 收款法则14 汇票的注意事项15 支票的注意事项16 POP制作法第3章 客户管理的诀窍1 终端消费者的三个分类2 地域客户管理3 创建客户数据库4 客户等级划分5 了解客户帅理6 了解不同客户的销售依存度7 提高在店比重8 零售店访问之要9 提高签约可能性10 联合营销的成功秘诀11 区分危险客户12 客户破产时13 解读决算表14 对客户的经营分析15 POP展示法第4章 新客户开发1 新客户开发的心理准备2 广告效果3 发广告单的窍门4 不速之访的秘诀5 电话推销小技巧6 建立人际关系的四个秘诀7 介绍信息善用法8 研讨会发掘客户9 巧用名册10 促销广告单的制作方法第5章 营销员的必备知识1 广告媒体的知识2 电报在商务中的应用3 手写明信片的运用4 商务文书的写法5 致辞、讲话的顺序6 调查问卷的利用7 合同的注意事项8 明信片募集客户法第6章 独特的营销阶梯1 建立良好的第一印象2 找出真正的关键人物3 克服访问恐惧症4 走出低谷5 巧妙的道歉方法6 利用口碑7 走向提案式营销8 摊牌的时机9 集会销售的成功要诀10 接待客户的技巧11 促销电子邮件的写法第7章 营销语言技巧1 说服客户的原则2 预约面谈的注意事项3 闲谈加深人际关系4 促进谈话法的四个原则5 应酬谈话法的八种形式6 限定优惠法7 用促成决定法摊牌8 最后的手段--拜倒乞求法9 独特名片的创意第8章 营销礼节本中之木1 打电话（非转接）2 打电话（转接）3 从访问到告辞4 接待访客5 介绍的顺序6 交通工具的乘降与座次7 注意外表8 保持微笑9 礼节之本--寒暄10 行礼的类型11 交换名片的注意事项12 尊称的使用方法13 敬语的区别使用14 营销员的八大禁谈15 商业摄影的技巧译者跋

<<营销的技巧>>

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>