

<<推销实务>>

图书基本信息

书名：<<推销实务>>

13位ISBN编号：9787122058263

10位ISBN编号：7122058263

出版时间：2009-9

出版时间：化学工业出版社

作者：姜维 编

页数：126

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>

<<推销实务>>

内容概要

教材重点突出人员销售的各个流程环节，以学习任务为导向，强化学生的专业知识和社会实践的结合，让学生通过在各种模拟中掌握人员销售的有关知识。

同时以时间的顺序来明确各个阶段的学习任务，充分让学生了解推销的流程，掌握推销的方向，完成推销的任务，达到推销的目的。

《推销实务》罗列了大量生活当中的案例，既有反面的案例，也有大量成功的案例，通过案例，让学生切身了解推销过程当中成功与失败，从案例当中来强化对知识的理解。

《推销实务》为了更好地辅助教学，在教材的后面附录了推销情景剧，可以通过让学生在推销情景剧当中来进行模拟，以小品的形式来让学生更好的掌握技能，从推销情景剧当中分析各个阶段的得与失。

《推销实务》既可以当作普通高职院校和职业学校经管类专业的教材，也可作为爱好推销的各界人士的辅助用书。

<<推销实务>>

书籍目录

项目一 人员销售的作用 任务一 建立正确的销售理念 任务二 成功销售人员的良好开端 任务三 案例分析 项目二 销售人员管理 任务一 销售人员的形象塑造 任务二 销售管理 任务三 自我推销 任务四 树立正确的销售心态 任务五 销售人员的良好素质和基本职责 项目三 客户开发 任务一 潜在客户的内涵 任务二 如何寻找潜在客户 任务三 顾客购买类型和购买模式 项目四 接近客户 任务一 什么是接近 任务二 接近前的准备 任务三 电话接近客户的技巧 任务四 Cold?call找生意 任务五 使用信函接近客户的技巧 任务六 直接拜访客户的技巧 任务七 面对初次见面的客户 项目五 面议洽谈 任务一 成功与人沟通——倾听 任务二 成功与人沟通——发送和接收 任务三 成功与人沟通——写与读 任务四 成功与人沟通——尊重他人 项目六 客户异议处理 任务一 客户异议的含义 任务二 异议产生的原因 任务三 客户异议处理技巧 任务四 客户拒绝的因素探讨 任务五 如何处理客户的价格异议 项目七 建议客户成交 任务一 建立亲和感 任务二 迎合购买者的心理策略 任务三 建议的方法 任务四 促成交易的方式 任务五 缔结的方法与艺术 项目八 应收账款的处理 项目九 售后服务 任务一 售后服务的原则 任务二 恰当时机的感谢函 任务三 视察销售后的状况 任务四 将顾客组织化 任务五 诚恳的作为商讨对象 附录 推销情景剧 参考文献

章节摘录

项目一 人员销售的作用 案例引导 凭借独特的经营理念和营销模式，雅芳已经成为全球美容化妆品行业的领军者，1999年11月，雅芳任命出生于美国中产阶级家庭的华裔女性钟彬娴担任公司的首席执行官。

钟彬娴毕业于美国普林斯顿大学英国文学专业，她深知雅芳必须融入网络时代，因为导入电子商务是21世纪所有行业的发展趋势；同时雅芳必须兼顾雅芳直销员的利益，通过全球300万（其中美国有50万）名直销员的共同努力，奠定了雅芳今天的基础。

然而在网络时代，若没有了直销员，雅芳将沦落为一个普通的零售品牌或者是一个寻常的网络公司，新首席执行官采取了中国的中庸哲学，走了一条折中的道路，结果巧妙地化解了危机，皆大欢喜。

首先，雅芳向直销员保证关注她们的利益。

通过民意调查发现，直销员并非憎恶网络，他们只是迫切需要掌握网络方面的知识，同时他们希望公司网站设计的界面应该人人易用，于是，钟彬娴投入了5000万美元的巨资用于重建雅芳网，而且这个网站的主要目的在于方便直销员使用以及介绍系列产品。

客户在网站上可以从雅芳公司直接订货，也可以在网上寻找离所居住社区最近的雅芳直销员。

在美国，现已有11800名直销员与雅芳公司签约，成为电子直销员。

实际上，即使是在点击鼠标几乎能够包揽一切的今天，不同类型的顾客，特别是儿童、女性以及老人，仍需要的是面对面的人情化服务与顾问式的销售，需要人际交往、亲情友谊。

因而，销售人员仍然不会由于网络时代、电子商务的普及而面临失业。

人们处于多种销售方式并存的商业机会，电子商务、电视购物等销售方式仍然无法取代人员销售，今天的社会仍然是销售人员大显身手的舞台。

<<推销实务>>

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>