

<<现代推销技术>>

图书基本信息

书名：<<现代推销技术>>

13位ISBN编号：9787302280743

10位ISBN编号：7302280746

出版时间：2012-5

出版时间：清华大学出版社

作者：余远坤 等编著

页数：264

字数：358000

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>

<<现代推销技术>>

内容概要

《高职高专经济管理类精品教材：现代推销技术》根据高职高专人才培养目标及企业推销员岗位需求的标准及要求，以项目为导向、以职业能力培养为核心，将推销工作流程分为8个学习情境，共25个工作任务，详细介绍了推销的各种技术和技巧。

教材内容既全面涵盖现代推销的基本理论，又形成了一个完整的推销工作过程。

书中的每一个学习情境中均配有教学导入案例，每一个工作任务下都设有教学思考案例，每一个知识点都辅以寓意相关的小故事，内容实用，可读性强。

同时，最后一个学习情境安排了综合性模拟实训，帮助学生掌握所学的推销技术与方法，提高分析和解决实际问题的能力。

《高职高专经济管理类精品教材：现代推销技术》可供高职高专院校市场营销及经济管理类相关专业学生用作教材，也可作为高职高专院校工科类专业和广大在职营销人员的培训教材。

<<现代推销技术>>

书籍目录

学习情境一 感悟推销

- 任务一 感知推销内涵
- 任务二 推销人员的职责与素质能力分析
- 任务三 推销理论与推销模式分析

学习情境二 寻找和审查潜在顾客

- 任务一 寻找潜在顾客
- 任务二 寻找顾客的方法
- 任务三 顾客资格审查

学习情境三 约见和接近顾客

- 任务一 接近准备
- 任务二 约见顾客
- 任务三 接近顾客

学习情境四 推销洽谈

- 任务一 确定推销洽谈的任务与内容
- 任务二 建立推销洽谈的原则与进程
- 任务三 制定推销洽谈的方法、策略与技巧

学习情境五 处理顾客异议

- 任务一 弄清顾客异议的类型与成因
- 任务二 处理顾客异议的原则、策略和方法

学习情境六 推销成交与售后服务

- 任务一 把握成交信号
- 任务二 掌握成交的策略和方法
- 任务三 做好售后管理

学习情境七 推销管理

- 任务一 推销人员的组织管理
- 任务二 确立推销人员的组织与规模
- 任务三 客户管理

学习情境八 综合模拟实训

- 任务一 推销准备
- 任务二 目标顾客寻找
- 任务三 推销约见和接近
- 任务四 推销洽谈
- 任务五 交易达成

参考文献

编辑推荐

《高职高专经济管理类精品教材：现代推销技术》特色： 体现工学结合的人才培养模式要求，以工作过程导向为指导设计内容体系，任务驱动式教学模式的全新体验。

体现最新的高职教育理念。

按照“工学结合”人才培养模式的要求，采用“基于工作过程导向—工作过程系统化课程”设计方法，进行工作过程系统化课程设计。

以实际推销工作的基本流程为导向，进行学习领域的整体设计和学习情境的设计。

每个学习情境都按照推销工作流程设计内容，帮助学生掌握每个工作任务所涉及的主要推销环节的相关知识及操作技巧。

任务驱动式学习模式。

根据企业实际推销岗位的工作要求，将所涉及的工作内容设计成“工作任务”。

学生在任务驱动下进行学习，强调学生学习的主动性。

技能训练与职业资格培训相结合。

《高职高专经济管理类精品教材：现代推销技术》设计的工作任务所需技能及其训练方法符合职业资格证书考试的要求，有助于学生轻松考取职业资格证书。

以能力为本位，注重对推销员心理素质及言谈举止等基本礼仪的训练，同时增加了技能培养、案例分析和实训等内容，以加强对学生整体素质的培养。

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>