第一图书网, tushu007.com

<<推销技术>>

图书基本信息

书名：<<推销技术>>

13位ISBN编号：9787307064027

10位ISBN编号：7307064022

出版时间：2008-8

出版时间：武汉大学出版社

作者：龚士林，曾艳丽　主编

页数：223

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

第一图书网, tushu007.com

<<推销技术>>

前言

本教材是湖北高职“十一五”规划教材，是湖北省教育厅立项的湖北省教育科学“十一五”规划专项资助重点课题《高职营销专业课程改革研究》（湖北高职“四个建设”系列规划课题）的成果基础上合作研制而成的。

本教材研制过程中，注重过程和适用性，突出特色，充分体现了“以学生为主体，以能力为本位，以行动为导向，以综合素质为基础”的职业教育课程改革的指导思想，从职业岗位实际出发，培养学生的实际推销能力，以适应现代企业对推销人才的需求。

本教材主要特色是：保持基本推销理论体系，结合推销工作过程，采用灵活、规范、全面、系统的阐述，以案例教学为主，通过开篇案例、启示与思考、阅读资料、复习思考、案例分析的方式，激发学生学习兴趣，训练学生的推销岗位的工作能力。

湖北省高等教育学会副秘书长、湖北省教育科学研究所高教研究中心主任李友玉研究员，湖北省高等教育学会高职高专教育管理专业委员会教学组组长李家瑞教授、秘书长屠莲芳，负责本教材研制队伍的组建、管理和本教材研制标准、研制计划的制订与实施。

本教材具体研制分工如下（按章节排序）：第一章：龚士林、陈容霞（襄樊职业技术学院经济管理学院）；第二章：曾艳丽（湖北软件工程职院）、杨丽梅（湖北大学知行学院经济管理系）；第三章：刘宗主（湖北黄冈职业技术学院）；第四章：李文新、金章利（湖北三峡职业技术学院）；第五章：张瑜官、汪志强（武汉商贸职业学院）；第六章，代晓东（荆州职业技术学院）；第七章：胡卫东（荆州职业技术学院）；第八章：郑飓飚（武汉交通职业学院）；第九章：袁烽（随州职业技术学院）；第十章，陈希望、刘燕南（咸宁职业技术学院）；第十一章：陈慧君（武汉工业职业技术学院）。

第一图书网, tushu007.com

<<推销技术>>

内容概要

本教材注重实用性，突出特点，充分体现了以“学生为主体，以能力为本位，以行动为导向，以综合素养为基础”的职业教育课程改革的指导思想，从职业岗位实际出发，培养学生的实际推销能力，以适应现代企业对推销人员的要求。

第一图书网, tushu007.com

<<推销技术>>

书籍目录

第一章 推销概述　第一节 推销定义、功能和作用　第二节 推销程序和推销原则　第三节 正确认识推销技术第二章 推销三要素　第一节 推销人员　第二节 推销对象——顾客　第三节 推销品第三章 推销模式　第一节 爱达模式　第二节 迪伯达模式　第三节 埃德帕模式和菲比模式第四章 寻找顾客　第一节 寻找顾客的基本准则　第二节 寻找顾客的一般程序和方法第五章 顾客资格审查　第一节 顾客需求审查　第二节 顾客支付能力审查　第三节 顾客购买资格审查　第四节 建立顾客管理系统第六章 约见顾客　第一节 约见的内容　第二节 约见顾客的方式第七章 接近顾客　第一节 接近顾客的目的　第二节 接近前的准备　第三节 接近顾客的方式第八章 推销洽谈　第一节 推销洽谈的步骤　第二节 推销洽谈的方法　第三节 推销洽谈技巧第九章 处理顾客异议　第一节 推销异议概述　第二节 处理推销异议的原则　第三节 推销异议处理的方法第十章 推销成交　第一节 捕捉推销成交信号　第二节 推销成交技术　第三节 客户跟踪第十一章 推销管理　第一节 推销人员的选拔、培训、薪酬与激励管理　第二节 推销效益分析主要参考文献

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

【启示与思考】　这位推销员的失误之处在哪里？

显而易见，他不明白客户的购买动机，没有掌握一些产品的介绍技巧，自始至终以自己为中心，忽略客户的感受。

如果你是该推销员，你会如何向客户介绍产品并说服客户购买呢？

推销人员接近客户之后，就应迅速转入洽谈阶段。

推销洽谈是推销的核心部分，前面所有的工作都是为这一步服务的。

在这个环节，推销人员要弄清楚客户关注的利益点，然后围绕客户的利益点来介绍和展示产品，引发客户更大的兴趣和购买欲望，刺激客户做出购买的决定。

然而，能否最后达成交易除了依靠产品自身优势外，更取决于推销人员在洽谈中的表现。

因此，掌握推销洽谈的方法与技巧，是推销人员顺利完成推销任务的重要条件。

推销洽谈也称推销面谈，是买卖双方为实现推销物品或服务的交易，就各种交易条件进行的协商活动。

但在信息高度发达的现代，推销洽谈不一定仅指面对面的洽谈。

推销洽谈是指推销人员运用各种方式、方法向顾客传递信息，与顾客沟通思想，使顾客对商品的兴趣上升到强烈的购买欲望，并说服顾客购买推销品或服务的过程。

它是一种自愿互利的行为，推销洽谈的目的是推销人员向顾客全面介绍企业及商品情况，使顾客能较好地了解商品，认识并喜爱商品，消除顾客的疑虑与异议，使顾客产生购买欲望。

推销洽谈的手段是说服，推销人员必须借助于思维、语言、文字、体态等来传递和交流信息，通过摆事实、讲道理，以理服人的说服活动来实现洽谈的目的。

第一节推销洽谈的步骤　推销人员在实际推销活动中，总是要面对各种各样、形形色色的顾客。

为了推销的成功，推销人员使用的推销方法、方式也要因人而异，不能千篇一律。

这就要求推销人员在推销洽谈前，认真准备有关推销洽谈的各种资料和知识，针对不同顾客，拟订具体的推销洽谈计划，制定解决顾客异议的方案。

只有这样，推销人员才能将不同的推销洽谈的内容分清主次，突出重点，采用不同的方法及技巧，有的放矢地进行洽谈。

推销洽谈的步骤如图8-1所示。

……

第一图书网, tushu007.com

<<推销技术>>

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