

<<成品油零售营销实践录>>

图书基本信息

书名：<<成品油零售营销实践录>>

13位ISBN编号：9787562338512

10位ISBN编号：7562338515

出版时间：2013-1

出版时间：王廷伟 华南理工大学出版社 (2013-01出版)

作者：王廷伟

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>

## <<成品油零售营销实践录>>

### 内容概要

本书共分为开发篇、服务篇、技巧篇、故事篇四部分，主要内容包括：开发新客户是销售工作永恒的主题、加油站客户开发十步曲、加油站寻找客户的点线面法等。

## <<成品油零售营销实践录>>

### 作者简介

王廷伟，男，1964年出生。

中国营销协会会员，广东营销协会会员，中企联管理咨询委员会高级管理咨询顾问，中国石油营销管理专家，中国石油销售公司培训师。

出版作品有《成品油营销体制改革与探索》《在宝石花下成长》。

有两项管理成果获国家管理现代化创新成果二等奖。

现任中国石油广东销售公司加油站管理处处长，高级工程师。

## &lt;&lt;成品油零售营销实践录&gt;&gt;

## 书籍目录

开发篇 开发新客户是销售工作永恒的主题 / 3 加油站客户开发十步曲 / 5 加油站寻找客户的点线面法 / 9 设计好与客户的见面语 / 12 知己知彼寻找共同兴趣 / 13 谈谈电话销售的经验 / 15 为客户提供良好的消费环境 / 17 销售从心开始 / 18 留住老客户 开发新客户 / 20 和客户交流有“技巧” / 21 忠诚客户重在“培养” / 23 开发客户的八大技巧 / 25 用心交流巩固客户群体 / 27 提高加油站单站销量十项措施 / 29 无微不至的服务要贯穿整个销售过程 / 34 打造以“人”为核心的竞争力 / 36 油站员工的整体素质是油站发展的保障 / 38 开发大客户经验谈 / 40 得销售终端者得天下 / 42 做好宣传吸引客户 / 45 幸福加油站的促销策略 / 47 油站兴衰我有责销量提升我有份 / 49 处理客户对加油数量怀疑的技巧 / 50 有舍必有得得舍兼顾 / 52 把“站外”客户放在心上 / 54 挖掘员工的积极性 / 55 在逆境中突围换来丰硕成果 / 57 直面市场敢于“亮剑” / 59 亮出品牌 以油站为荣 / 61 服务篇 加油站情感营销管理办法 / 65 加油员的能力、素质和修养 / 69 要化“危机”为“商机” / 71 真情才能换得真心 / 73 寻求更多的销售技巧 / 75 细微处着手用心服务 / 77 如何吸引客户 / 79 服务表达的是一种尊重 / 81 礼貌与情感销售 / 83 油站服务是决定销量的主要因素 / 85 服务质量是提高竞争力的砝码 / 87 微笑服务是最好的“见面礼” / 89 我们卖的就是服务 / 90 销售=质量+服务 / 92 抓好前庭服务是关键 / 94 浅论优质服务月活动 / 95 销售技巧培训见成效 / 96 服务态度影响销售量 / 98 加油无小事服务无止境 / 99 论加油站的服务与管理 / 101 卓越的服务必须以服务意识为基础 / 103 提升能力 突出特色 / 105 加油站的销售服务与管理 / 107 以质量求生存 以服务求发展 / 109 责任心是销售人员必备的品质 / 111 谈油品销售的经营结构 / 112 要提高销量就得内外兼修 / 114 技巧篇 善听比善辩更重要 / 117 油站销售要注意“五个方面” / 119 注意现场销售的方法 / 121 胆大心细真诚 / 123 强化内部管理是做好零售的基础 / 125 影响销售业绩的八个方面 / 127 油品销售的“策略” / 129 有针对性地使用销售技巧 / 131 油品销售五部曲 / 132 “三大绝招”留住客户 / 134 销售细节决定销售成败 / 136 油品销售“七句名言” / 138 提高销量的四大措施 / 140 三句话的销售技巧 / 142 浅谈加油站营销 / 144 针对不同类型客户的销售技巧 / 146 怎样成为一个成功的销售员 / 148 高速公路加油站的服务营销模式 / 150 论促销 / 152 促销是销售的重要手段 / 154 面对客户时的销售技巧 / 155 良好的沟通能增强顾客的消费欲望 / 157 人人都应该有自己的销售技巧 / 159 如何提高车辆的进站率 / 161 销售语言是一门学问 / 163 一个更高层次的营销策略 / 165 莫把营销当推销 / 167 如何培养回头客 / 169 谈销售工作中的言行举止问题 / 171 学会交流优质服务 / 173 对各类顾客都要细微地服务 / 174 细心照顾我们的“摇钱树” / 176 与顾客交知心朋友 / 178 谈加油站的经营策略 / 179 无薪激励跟名企学几招 / 182 故事篇 要服好务还要记住人 / 187 “扫街”行销记 / 189 赢得客户的心 / 191 加油工作暗藏着快乐 / 193 抓住机会 用好政策促进销售 / 195 三顾客户 金石为开 / 197 顾客只买两样东西 / 199 以信取胜 / 201 员工也是上帝 / 203 向员工“要”销量 / 205 小小经验大家分享 / 207 一件小事让我明白 / 209

## <<成品油零售营销实践录>>

### 编辑推荐

中国石油天然气股份有限公司(简称“中国石油”)作为广东市场的后进入者,远离资源供应地,资源供应受多重因素影响:油库少,库容小,调剂能力差,配送及时性低,配送成本高:加油站网点少,位置差等诸多因素,使其处于竞争的不利位置。

在此情况下,中国石油广东销售公司零售战线的同志们,不等不靠,迎难而上,顽强拼搏,取得了成品油零售量持续增长的不俗业绩。

在实践中,这些同志结合实际,积极学习营销理论,学习先进公司经验,用于指导加油站零售工作,创造了一个个鲜活的案例,丰富了成品油零售营销的实践。

为此,编者王廷伟将这些案例进行收集筛选,整理成《成品油零售营销实践录》,一方面记录这些零售人对成品油零售营销理论与实践的贡献,另一方面以期对其他成品油零售工作者和管理者有所助益。

<<成品油零售营销实践录>>

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>