

# 目标营销策略



[目标营销策略\\_下载链接1](#)

著者:高弗雷(澳)

出版者:中央编译出版社

出版时间:1998-10

装帧:精装

isbn:9787801092601

本书将风行全世界的人际交往理论运用于营销领域，向读者提供了简单易行、高效率的销售方法，学习这些销售技巧并尝试着付诸实践，你将获益匪浅。

作者介绍:

迈克·高弗雷说：“这本书旨在帮助你在销售时获得更高的效率。”

目录: 目录

序

前言

第一章 为什么需要社交类型理论

社交类型理论

销售时运用社交类型理论的好处

销售时有效沟通的重要性

本章小结

第二章 什么是社交类型  
社交类型模式  
行为的两个方面  
类型网格  
我们和其他人行为的驱动力是什么？  
了解需要和惧怕  
本章小结  
第三章 进一步探讨类型的组成要素  
四种主要社交类型以及与之相关的行为  
范例1  
范例2  
范例3  
范例4  
如何与混合型的人打交道  
实例分析：控制一分析型  
实例分析：开创一促进型  
实例分析：促进一分析型  
本章小结  
第四章 销售过程  
关于运用销售技巧的问题  
运用销售过程的好处  
销售过程：五个自然步骤  
本章小结  
第五章 针对各种类型的人的销售  
第一阶段：准备  
第二阶段：接洽  
第三阶段：陈述  
第四阶段：处理反对意见  
第五阶段：试探成交意向及成交  
本章小结  
第六章 压力下的行为类型  
销售过程中存在的各种压力  
迎战或逃避  
每种性格类型的人在压力下的行为表现  
与那些处于压力下的人打交道  
本章小结  
第七章 其他需要考虑的问题  
向团体和混有各种类型的人的群体销售  
与难对付的客户打交道  
范例  
社交类型信息概要表  
附录一  
练习一：制定有效的销售策略  
练习二：大宗用户的发展  
附录二  
为什么要预测行为？  
行为和个性分类体系  
后记  
• • • • • ([收起](#))

[目标营销策略\\_下载链接1](#)

标签

评论

-----  
[目标营销策略\\_下载链接1](#)

书评

-----  
[目标营销策略\\_下载链接1](#)