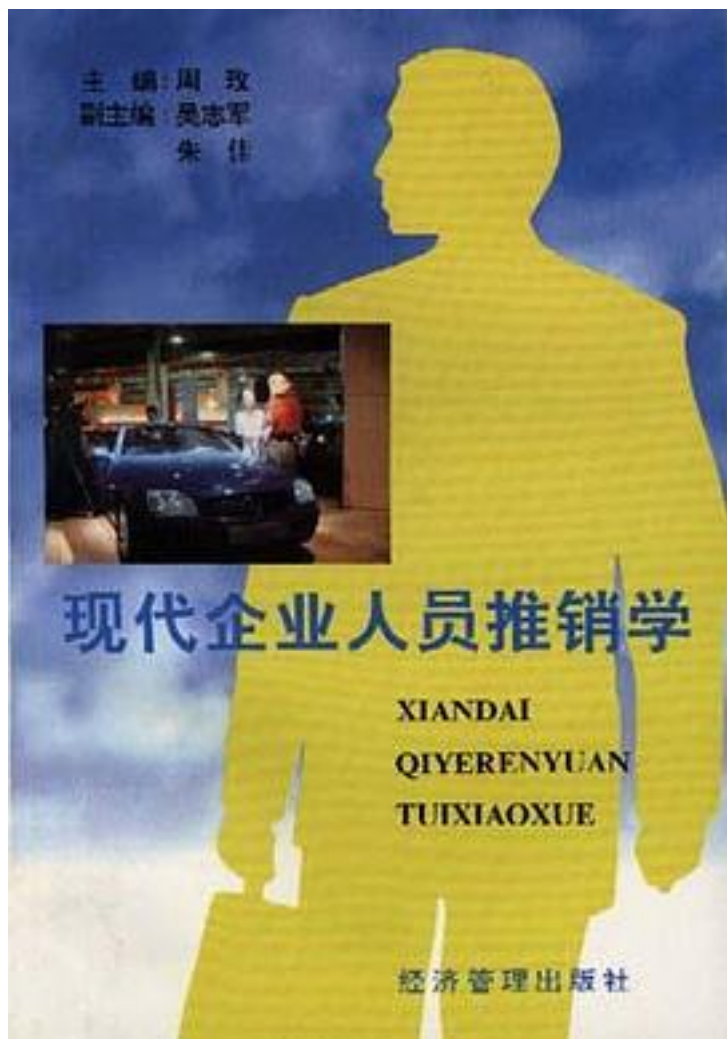


现代企业人员推销学



[现代企业人员推销学_下载链接1](#)

著者:

出版者:经济管理出版社

出版时间:1997-04

装帧:平装

isbn:9787801182470

作者介绍:

目录: 目录

第一章 推销概述

第一节 推销在企业经营中的地位

第二节 人员推销的作用和特点

第三节 人员推销的程序

第四节 人员推销学的研究对象和内容

第五节 人员推销学研究的方法和指导思想

第二章 推销模式

第一节 埃达 (AIDA) 推销模式

第二节 迪伯达 (DIPADA) 推销模式

第三节 埃德伯 (IDEPA) 推销模式

第四节 费比 (FABE) 推销模式

第三章 推销员的素质与培养

第一节 推销员应具备的素质

第二节 推销员的训练与培养

第四章 人员推销的类型与结构

第一节 人员推销的类型

第二节 人员推销的结构

第五章 推销环境分析

第一节 影响推销的市场因素

第二节 消费者市场的购买行为

第三节 组织市场的购买行为

第四节 竞争环境分析

第六章 推销信息的收集与应用

第一节 推销信息的功能与类型

第二节 推销信息的调查与收集

第三节 推销信息的处理与分析

第四节 推销信息的传递

第五节 推销信息的应用

第七章 推销战略与策略

第一节 推销战略的制定

第二节 推销价格策略

第三节 广告策略

第四节 接近消费者策略

第五节 推销服务策略

第八章 推销洽谈

第一节 建立洽谈气氛

第二节 怎样进行洽谈

第三节 洽谈策略与技巧

第四节 洽谈注意事项

第九章 推销合同

第一节 经济合同的作用与分类

第二节 推销合同的内容

第三节 推销合同订立的程序、形式和原则

第四节 违反推销合同责任的确定和责任方式

第五节 推销合同纠纷的解决

第十章 推销业绩考评

第一节 推销业绩考评的作用、标准和过程

第二节 推销业绩的考评指标

第三节 推销业绩的分析与评价

后记

• • • • • (收起)

[现代企业人员推销学_下载链接1](#)

标签

评论

[现代企业人员推销学_下载链接1](#)

书评

[现代企业人员推销学_下载链接1](#)