

# 《营销员-国家职业资格五级-营销师》

## 图书基本信息

书名：《营销员-国家职业资格五级-营销师》

13位ISBN编号：9787304035822

10位ISBN编号：730403582X

出版时间：2006-8

出版社：中央广播

作者：中国就业培训技术指导中心

页数：315

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《营销员-国家职业资格五级-营销师》

## 前言

为了推动营销师职业培训和职业技能鉴定工作的开展，在营销从业人员中推行国家职业资格证书制度，劳动和社会保障部组织专家对《推销员国家职业标准》和《营销师国家职业标准》（2002年颁布）进行了合并、修订，于2006年颁布了《营销师国家职业标准》（以下简称《标准》）。根据新《标准》，中国就业培训技术指导中心组织《标准》开发专家，对，999年版的《推销员职业技能培训鉴定教材》和2003年版的《营销师国家职业资格培训教程》进行了全面修订，重新设计了框架结构，编写完成2006年版的《营销师国家职业资格培训教程》（以下简称《教程》）。《教程》内容突出了“以职业活动为导向，以职业能力为核心”的指导思想，结合了最新的市场营销理论与实践。结构针对营销师职业活动的领域，按照模块化设计，分营销师基础知识、营销员（国家职业资格五级）、高级营销员（国家职业资格四级）、助理营销师（国家职业资格三级）、营销师（国家职业资格二级）、高级营销师（国家职业资格一级）进行编写。其中，《营销师基础知识》是各级别营销师的必修部分，不分等级。这部分内容的编写既本着科学、系统、规范、实用的原则，又注意保证知识的广度和深度。专业用语规范，语言简练易懂。其他五个级别均按照《标准》的要求，分别编写不同等级营销师应掌握的专业知识和能力要求，保证了不同等级的实际操作程序的规范统一，使学员所学技能在实际运用中更具有针对性、实用性和可操作性。《教程》不仅是用于营销人员的培训教材，而且是营销师的职业技能鉴定推荐用书，还可作为营销从业人员的自学用书。

# 《营销员-国家职业资格五级-营销师》

## 内容概要

《国家职业资格培训教程》内容突出了“以职业活动为导向，以职业能力为核心”的指导思想，结合了最新的市场营销理论与实践。该《教程》不仅是用于营销人员的培训教材，而且是营销师的职业技能鉴定推荐用书，还可作为营销从业人员的自学用书。《营销员》是该《教程》之一，主要内容包括市场分析、营销策划、产品销售、客户管理等。

## 书籍目录

### 第一章 市场分析

#### 第一节 市场调研

- 一、区分市场调研的种类
- 二、确定市场调研的内容
- 三、制定市场调查的步骤
- 四、进行直接调查

#### 第二节 市场购买行为分析

- 一、分析消费者市场
- 二、分析组织市场购买者

#### 第三节 销售机会与威胁分析

- 一、分析市场环境
- 二、分析销售机会
- 三、分析销售风险

### 第二章 营销策划

#### 第一节 制定销售计划

- 一、协助编制销售计划
- 二、进行简单的销售预测
- 三、确定销售目标
- 四、确定营销员的销售目标
- 五、进行市场细分

#### 第二节 产品策划

- 一、分析和评价产品组合
- 二、企业产品的展示策划

#### 第三节 渠道策划

- 一、建立经销体系
- 二、选择经销商
- 三、批发商管理
- 四、零售商管理

#### 第四节 市场推广策划

- 一、实施销售促进方案
- 二、利用优待券促销
- 三、利用折价优待促销
- 四、利用集点优待促销
- 五、利用赠送样品促销
- 六、利用POP广告促销
- 七、确定人际交往策略
- 八、协助组织公关活动

### 第三章 产品销售

#### 第一节 寻找与访问客?

- 一、圈定客户范围
- 二、寻找客户名单
- 三、拟定约见事宜
- 四、正式约见客户
- 五、详细介绍产品

#### 第二节 商务洽谈

- 一、商务谈判报价
- 二、选择报价术

## 三、商务谈判要诀

### 第三节 试行订约

- 一、分析客户异议的类型
- 二、分析顾客异议的原因
- 三、处理顾客异议
- 四、识别购买信号
- 五、建议缔结契约

### 第四节 货品管理

- 一、验收入库商品
- 二、进行商品分类
- 三、?货管理
- 四、发货管理
- 五、退货管理
- 六、商品运输管理
- 七、终端管理

## 第四章 客户管理

### 第一节 客户服务管理

- 一、分析客户服务的类型
- 二、提供周到的客户服务
- 三、不断提高服务质量

### 第二节 客户信用管理

- 一、分析信用销售的可行性
- 二、统计应收账款
- 三、管理与控制应收账款
- 四、运用讨债策略进行讨债

### 第三节 客户关系管理

- 一、建立客户档案
- 二、筛选客户
- 三、运用ABC法管理客户
- 四、坚持客户关系管理的原则

## 参考文献

## 章节摘录

**第一章 市场分析** 市场属于商品经济的范畴，是商品经济的产物。有商品生产和商品交换的地方，就有市场。从微观的角度出发，可以将市场看作是商品交换的场所，而从宏观的角度上可以把市场看作是生产关系的总和。在市场营销观念中，企业的目标应该是满足特定市场的需求。为了达成交易，企业必须首先要进行市场调研，了解市场的需要，分析购买者的特征。然后设计并生产合适的产品或服务，并通过渠道传送到客户手中。因此，企业的第一步工作应该是进行市场分析，充分了解市场。对于营销员来说也是如此，了解市场、了解购买者是推销工作的前提，只有做好了充分的准备工作，营销员的推销工作才会变得十分简单。

**第一节 市场调研** 要进行销售，营销员必须充分了解客户、了解市场，他们可以借助市场调研达到这个目的。通过调研，营销员不仅能够了解到宏观环境的一些趋势，而且能够明确公司所选定的目标市场的各种特点，尤其是自己所针对的那部分客户的需求和背景。

**一、区分市场调研的种类** 营销人员进行市场调研，其主要任务是收集、评估、传递管理人员制定决策所必需的各种信息。企业管理人员常常请求市场研究部门从事市场调查、消费者偏好测验、销售研究、广告评估等工作。研究部门的工作主要侧重于特定问题的解决，即针对某一特定问题正式收集原始数据，加以分析、研究，写成报告供最高管理层参考。市场调研有很多种类，根据不同的标准，可以进行不同的划分。

**(一) 按市场消费商品的目的分类** 根据市场消费商品的目的不同，可分为消费者市场调查和生产者市场调查。

**1 消费者市场调查** 这里所说的消费者，是指以满足个人生活需要为目的的商品购买者和使用者，是最终消费者。所以，消费者市场也可称为最终消费者市场。

# 《营销员-国家职业资格五级-营销师》

## 精彩短评

- 1、写很好，用来自学的，也容易看懂
- 2、纸张很好，清晰又舒服 质量非常棒
- 3、在书店看过的，不错，学习中！
- 4、书看起来还不错，应该是正版的，不过好厚啊。。。不知道能看多少，还是直接做题目比较好。
- 5、不错的学习书,蛮喜欢.
- 6、跟学校教材一样
- 7、产品质量不错，有很好的指导性，会介绍朋友购买
- 8、内容太老了，案例也索然无味
- 9、这本书的内容基本都围绕着考证写的，，考试的时候基本大部分内容都有，就是当当没有练习册是一种遗憾。
- 10、物流很给力！书的内容大体略看了一下，不错。特别是书本里面的思想和案例，很让我喜欢，不再是毫无感觉的死板的西方的东西，而是我们东方的我们国家的非常实际而又灵活的智慧，好啊！
- 11、教材内容新颖,体系完整.
- 12、一本比较值得学习的职业类书籍，送货也及时。
- 13、内容很成体系，按照顺序可循序渐进复习备考

# 《营销员-国家职业资格五级-营销师》

## 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:[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)