

推销员职业技能 培训鉴定教材

劳动和社会保障部
中国就业培训技术指导中心 组织编写

中央广播电视大学出版社

推销员职业技能 培训鉴定教材

劳动和社会保障部
中国就业培训技术指导中心 组织编写

中央广播电视大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

推销员职业技能培训鉴定教材/劳动和社会保障部组织编写.北京:中央广播电视大学出版社,1999.8

ISBN 7-304-01183-1

I.推… II.劳… III.推销-商人-技术培训-教材
IV.F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 39223 号

版权所有,翻印必究。

推销员职业技能培训鉴定教材

劳动和社会保障部
中国就业培训技术指导中心 组织编写

出版·发行/中央广播电视大学出版社

经销/新华书店北京发行所

印刷/北京密云胶印厂

开本/850×1168 1/32 印张/21.5 字数/554 千字

版本/1999年8月第1版 1999年9月第3次印刷

印数/13501-20500

社址/

邮编/100031

电话/66419791 68519502

(本书如有缺页或倒装,本社负责退换)

书号:ISBN 7-304-01183-1/F·311

定价:35.00 元

《推销员职业技能培训鉴定教材》编者

主 编：	郭国庆	李先国	牛海鹏
编 者：	郭国庆	李先国	牛海鹏
	唐胜辉	李金轩	宋 华
	李 进	江 林	王 永
	周 宏	杨 晶	李昌麒
	王利平	唐立军	丘恒昌
	李东贤	段亚林	马龙龙
	周 隆	王晓进	陈欢歌
	潘志刚		

目 录

基础知识

第一章 相关法律知识	(2)
第一节 经济法律与行政法规.....	(2)
第二节 劳动法.....	(6)
第三节 价格法	(12)
第四节 消费者权益保护法	(15)
第五节 反不正当竞争法	(20)
第六节 经济合同法	(25)
第七节 票据法	(29)
第八节 商标法	(33)
第九节 产品质量法	(36)
第十节 广告法	(39)
第二章 市场营销基础知识	(42)
第一节 市场营销概述	(42)
第二节 目标市场营销	(49)
第三节 购买心理	(63)
第四节 人员推销	(71)
第三章 社交礼仪知识	(79)
第一节 社交的基本原则	(79)
第二节 基本社交礼仪	(81)

初级推销员

第一章 销售	(96)
第一节 推销准备	(96)
第二节 访问顾客	(107)
第三节 处理异议	(118)
第四节 建议成交	(122)
第二章 谈判	(129)
第一节 开局	(129)
第二节 报价	(133)
第三节 磋商	(140)
第三章 公关	(159)
第一节 人际交往	(159)
第二节 公关专题活动	(169)
第四章 服务	(185)
第一节 提高服务质量	(185)
第二节 处理客户投诉	(195)
第五章 讨债	(200)
第一节 确定客户信用限度	(200)
第二节 讨债实务	(204)
第六章 市场调研	(225)
第一节 制定调研计划	(225)
第二节 直接调查	(239)
第七章 渠道管理	(248)
第一节 选择分销渠道	(248)
第二节 中间商管理	(252)
第八章 商品贮运	(257)
第一节 商品贮存	(257)

第二节 商品运输.....	(263)
第九章 销售活动分析.....	(265)
第一节 销售活动分析的方法.....	(265)
第二节 销售活动分析的程序.....	(270)

中级推销员

第一章 销售.....	(274)
第一节 编制销售计划.....	(274)
第二节 确定销售目标.....	(281)
第二章 谈判.....	(292)
第一节 驾驭谈判过程.....	(292)
第二节 谈判要诀.....	(304)
第三章 公关.....	(319)
第一节 制定公关计划.....	(319)
第二节 公关计划实施.....	(328)
第四章 讨债.....	(339)
第一节 应收账款管理.....	(339)
第二节 讨债实务.....	(342)
第五章 市场调研.....	(351)
第一节 间接调查.....	(351)
第二节 调查分析.....	(360)
第六章 渠道管理.....	(368)
第一节 客户分析.....	(368)
第二节 销售代理实务.....	(380)
第七章 推销管理.....	(407)
第一节 推销人员的招募.....	(407)
第二节 推销人员的业绩考评.....	(409)
第八章 销售促进.....	(421)

第一节 赠送优待券.....	(421)
第二节 折价优待.....	(428)
第三节 集点优待.....	(433)
第四节 退费优待.....	(437)
第五节 竞赛与抽奖.....	(442)
第九章 广告促销	(446)
第一节 广告决策.....	(446)
第二节 广告策略.....	(460)

高级推销员

第一章 销售	(472)
第一节 推销员心态与顾客心态分析.....	(472)
第二节 顾客让渡价值分析.....	(480)
第二章 谈判	(488)
第一节 突破谈判僵局.....	(488)
第二节 回避商务风险.....	(499)
第三节 经济合同纠纷的谈判.....	(511)
第三章 公关	(520)
第一节 保持与媒体的联系.....	(520)
第二节 撰写宣传稿.....	(527)
第四章 市场调研	(531)
第一节 市场预测.....	(531)
第二节 市场判断分析.....	(539)
第五章 渠道管理	(547)
第一节 连锁经营.....	(547)
第二节 特许经营.....	(566)
第六章 商品贮运	(572)
第一节 商品分类与检验.....	(572)

第二节 商品包装.....	(584)
第七章 推销管理	(592)
第一节 推销人员的甄选.....	(592)
第二节 推销人员的培训.....	(601)
第三节 推销人员的激励.....	(604)
第八章 销售促进	(615)
第一节 制定销售促进计划.....	(615)
第二节 赠送样品.....	(619)
第三节 付费赠送.....	(625)
第四节 包装促销.....	(630)
第五节 零售补贴.....	(636)
第六节 POP 广告	(642)
第九章 广告促销	(648)
第一节 广告决策.....	(648)
第二节 广告策划.....	(655)
第三节 广告代理.....	(664)

基础知识

第一章 相关法律知识

第一节 经济法律与行政法规

一、经济法律

1. 经济法的涵义

经济法是调整各种经济关系的法律规范的总称。企业的推销活动，必须在法律允许的范围内进行。

2. 经济法律的调整对象

经济法律的调整对象是指经济法调整的一定范围的特定经济关系。在社会主义市场经济体制下，我国经济法律的调整对象是经济管理关系和经济协作关系结成的经济体系。经济管理关系指人们对经济活动进行计划、组织、指挥、监督和调节过程中发生的物质利益关系；经济协作关系指人们在经济活动中基于相互合作而发生的物质利益关系。企业推销人员必须严格按经济法律的要求依法办事。

3. 经济法律关系

经济法律关系就是人们在经济管理和经济协作过程中根据经济法律的规定而结成的经济权利和经济义务关系。具体讲，就是国家机关、企事业单位、社会团体、其他经济组织和公民，为了实现特定的经济目的，在经济管理和经济协作过程中发生的社会关系。

(1) 经济法律关系的要素

经济法律关系的要素是指组成经济法律所不可缺少的组成部

分。任何一项具体的经济法律关系都是由经济法律关系主体、经济法律关系的内容和经济法律关系的客体三要素构成的。这三要素紧密联系，缺一不可，共同构成经济法律关系。其中经济法律关系主体及其经济活动的存在是经济法律关系存在的决定性前提，经济法律关系主体是经济权利的享有者、经济义务的承担者，是经济法律关系客体的占有者、使用者、处分者和法律行为的实施者；经济法律关系客体是经济法律关系主体存在和进行经济活动的客观物质基础，是经济权利和经济义务共同指向的对象；经济法律关系的内容是经济法律关系的实质，是联结经济法律关系主体、经济法律关系客体的纽带。可见，经济法律关系的构成要素是相互联系不可分割的有机整体，缺少其中任何一个要素就不能构成经济法律关系；变更其中任何一个要素，也不再是原来的经济法律关系。

(2) 经济法律关系的产生、变更、终止和法律事实

经济法律关系的产生是指由于经济法所确认的一定客观情况的存在，使特定的经济法主体之间结成了一定的经济权利和经济义务关系。经济法律关系的变更是指已经存在的经济法律关系，由于经济法所确认的一定客观情况的出现而引起了经济法律关系主体、客体、内容的变化。这种变更，可以是一个或两个构成要素发生变化的部分变更，也可以是所有构成要素都发生变化的全部变更。经济法律关系的终止是指经济法主体之间的经济法律关系的消灭。它可以是权利主体实现了经济权利，义务主体履行了经济义务而正常终止，也可以是因经济法规定的情况而非正常终止。

法律事实是指经济法所确认的、能够引起经济法律关系产生、变更、终止的客观情况。经济法律规范的存在只是经济法律关系存在的客观前提，法律事实的存在才是经济法律关系产生、变更、终止的直接原因。

二、行政法规

1. 行政法的涵义

行政法是调整行政关系以及在此基础上产生的监督行政关系的法律规范和原则的总称。或者说是调整因行政主体行使职权而发生的各种社会关系的法律规范和原则的总称。

2. 行政法的调整对象

行政法的调整对象是行政关系和监督行政关系，是因国家机关及其他行政主体行使其行政职权而发生的各种社会关系。

3. 行政法的分类

根据不同的标准进行分类，可以分为以下几种：

(1) 一般行政法和特别行政法。这是以行政法的调整对象的范围作为标准的分类。

一般行政法是指对一般的行政关系和监督行政关系加以调整的法律规范与原则的总称，如行政组织法、公务员法、行政处罚法、行政程序法等。

特别行政法是指对特别行政关系和监督行政关系加以调整的法律规范和法律原则的总称，如经济行政法、军事行政法、体育行政法、教育行政法、公安行政法、民政行政法、卫生行政法、科技行政法等。

(2) 实体行政法和程序行政法。这是以行政法规范的性质为标准对行政法所作的划分。

实体行政法是规范当事人在某种法律关系中的存在地位或资格和权能实体性权利义务的行政法规范的总称，如行政诉讼法、行政程序法等。

程序行政法是规定实施实体性行政法规范所必需当事人程序性权利义务的行政法规范的总称。

4. 行政法律关系

行政法律关系，是指由行政法调整的具有行政法上权利义务内容的行政关系。

行政和法律关系具有如下特征：

(1) 行政法律关系中必有一方是行政主体。

(2) 行政法律关系具有非对等性。这是指行政法律关系主体双方的权利义务不对等。

(3) 行政法律关系的主体的权利义务一般是法定的。行政法律关系主体之间不能相互约定权利义务，不能自由选择权利义务，必须根据法律规范取得权利并承担义务。

(4) 行政法主体实体上的权利和义务是重合的。

(5) 大多数行政法律关系争议由行政机关或行政裁判机构依照行政程序或准司法程序加以解决，只有在法律规定的情况下，才由法院通过司法程序解决。

5. 行政法的作用

(1) 行政法具有保障行政管理有效实施的作用。这个作用主要是通过确认和赋予行政机关管理职能来实现的，体现为：

第一，行政法确认行政权的相对独立性，确认行政权由国家行政机关享有和行使。

第二，行政法确认行政机关具有相对于公民、法人及其他组织的行政权力，赋予行政权以优益性、强制性等属性。

第三，行政法保障行政机关对其公务员的管理权。

第四，行政法保护行政机关在特殊情况下的活动。

第五，随着社会发展的需要，行政法不断确定新的行政职能。

(2) 行政法具有保护公民、组织的合法权益的作用

行政法保护公民、组织的合法权益是通过建立一系列制度来实现的。

第一，行政法创设的以民主、公正为主要价值目标的行政程序制度帮助公民参与行政决策，影响行政决策，以保护自己的权益。

第二，行政法设立行政公开制度、行政申诉制度、国家赔偿

制度等，使行政法保护公民、组织合法权益的作用得以充分发挥。

第二节 劳 动 法

劳动法是调整劳动关系以及与劳动关系有密切联系的其他社会关系的法律规范的总称。

1994年7月5日颁布1995年1月1日施行的《劳动法》是新中国成立以来颁布的第一部劳动法典，它是根据建立社会主义市场经济体制的要求，总结了改革开放以来在调整和维护劳动关系双方的合法权益，解决用人单位与劳动者之间的矛盾的经验教训，吸取国外的立法经验而制定的。

一、劳动法的基本原则

劳动法的基本原则是指国家劳动立法的指导思想，是调整劳动关系以及与劳动关系有密切联系的社会关系时必须遵循的基本准则。根据我国宪法和劳动法的有关规定，劳动法的基本原则可概括为：

1. 公民享有劳动权利和义务原则。公民享有劳动权利和义务原则的基本含义为：(1) 每一个有劳动能力的公民均有参加劳动的权利，国家通过各种方式创造就业条件，促进就业，保障公民劳动权利的实现；(2) 劳动是一切有劳动能力公民的法定义务，每一个有劳动能力的公民都应该参加劳动，完成劳动任务或工作任务；(3) 每一个有劳动能力的公民均有义务遵守劳动纪律和职业道德，提高职业技能，执行劳动安全卫生规程。

2. 参加民主管理原则。参加民主管理原则主要体现在：(1) 通过宪法及有关法律确定民主管理制度；(2) 赋予劳动者集会、结社权；(3) 确认职工代表大会的法律地位。

3. 各尽所能，按劳分配原则。这一原则的基本要求为：(1) 每一个具有劳动能力的公民，都有平等的劳动权利和义务，都应

尽自己的能力为社会劳动，社会则以劳动为尺度，按照劳动的数量和质量分配个人消费品，即劳动报酬，多劳多得，少劳少得；(2) 必须实行同工同酬，不分性别、年龄、民族和种族，等量劳动取得等量报酬。

4. 劳动者享有劳动保护和休息权利原则。劳动保护权是指劳动者在安全卫生的条件下进行工作的权利，用人单位有义务提供合格安全卫生标准的劳动条件。休息权是指劳动者在经过一定时间的劳动后，获得充分休息的权利。这两项权力都是劳动权的有机组成部分，是保护劳动者在劳动过程中的身体健康和生命安全以及恢复劳动能力所必不可少的条件。

5. 劳动者享有物质帮助权利原则。在我国，物质帮助权主要表现为：劳动者能够获得社会保险的各种待遇，享受国家提供社会救济、公费医疗、合作医疗等福利。

6. 男女平等，民族平等原则。在劳动方面的男女平等，民族平等主要表现为：在招工时，不得歧视妇女，不得歧视少数民族的劳动者；男女之间，不同民族之间应一视同仁；在劳动和工作调配上，要根据实际情况给予妇女必要的照顾，根据政策对少数民族职工予以适当安排；在工资津贴方面坚持同工同酬。

二、劳动法律关系

劳动法律关系是指劳动者与单位或个人在实现劳动过程中依据劳动法律规范而形成的劳动权利和劳动义务关系。与其他法律关系一样，劳动法律关系也由主体、内容和客体三要素构成。

1. 劳动法律关系的主体，是指参加劳动法律关系，享受劳动权利和承担劳动义务的当事人，包括自然人与法人。在此，劳动法律关系的主体，通常一方是具有劳动能力的劳动者，另一方是用人单位。在少数情况下，双方都是公民。我国劳动法规定，公民参与劳动法律关系必须年满 16 周岁并具有劳动能力，禁止用人单位招用未满 16 周岁的未成年人，法律准许的特殊工种需要招收未成年人的，必须依法履行审批手续，并保障其接受义务

教育的权利。

2. 劳动法律关系的内容，是劳动法的主体依法享有的劳动权利和承担的劳动义务的总和。劳动权利是指劳动法主体依法能够为一定行为或不为一定行为或要求他人为一定行为或不为一定行为以实现某种利益的可能性。作为主体的劳动者。劳动法规定的权利主要有：平等就业和选择职业的权利、取得劳动报酬的权利、休息休假的权利、获得劳动安全卫生保护的权利、接受职业技能培训的权利、享受社会保险和福利的权利、提请劳动争议处理的权利以及法律规定的其他劳动权利。作为主体的用人单位的主要权利为：企业自主用人、自主分配生产任务和工作任务的权利，自主分配工资或分配劳动报酬的权利，自主制定规章制度的权利，非过失性辞退职工的权利等。

劳动义务是劳动法主体根据法律规定，为满足权利主体的要求，在劳动过程中履行某种行为的必要性。劳动者的主要义务是：完成劳动任务，提高职业技能，执行劳动安全卫生规程，遵守劳动纪律和职业道德。用人单位的主要义务为：支付劳动报酬，提供劳动保护条件，兴办集体福利事业，保障劳动者享有的劳动权利等。

3. 劳动法律关系的客体。是指劳动法主体的劳动权利和劳动义务共同指向的对象，包括体现一定政治利益和物质利益的劳动行为和财物。劳动行为包括从事生产活动行为，交付工作任务行为，劳动者参加民主管理行为和用人单位对劳动过程实行管理的行为等。财物是指作为劳动报酬、劳动保护、社会保险以及福利待遇等的实物和货币。

三、劳动合同和集体合同制度

劳动合同是劳动者与用人单位确立劳动关系、明确双方权利和义务的协议。根据协议，劳动者加入用工单位内，有义务完成其承担的工作任务并遵守内部劳动规则；用工单位有义务按照劳动者劳动的数量和质量支付劳动报酬，并提供法律和合同规定的