

<<销售企业流程化与规范化管理手册>>

图书基本信息

书名：<<销售企业流程化与规范化管理手册>>

13位ISBN编号：9787115269287

10位ISBN编号：7115269289

出版时间：2011-12

出版时间：人民邮电出版社

作者：孙佩红

页数：299

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>

## <<销售企业流程化与规范化管理手册>>

### 内容概要

本书以流程化、规范化为原则，结合销售企业的业务特点和实际需求，设置了用流程优化、用制度规范、用工具执行和用范例演示四大部分内容。

第一部分设计了销售企业经营决策及战略管理、营销信息管理、销售管理、促销与广告管理、客户关系管理、财务管理、人员招聘与培训管理七大方面的业务流程，第二部分就上述七个方面的业务提供了销售企业规范化管理的制度内容，第三部分给出销售企业在运营过程中常用到的五大类管理与控制工具，第四部分分别就销售企业的组织结构设计、职能分解与目标管理、职位说明、薪酬福利设计、绩效考核等业务操作进行了范例演示。

本书适合各类销售企业的管理人员阅读和使用，也可作为企业培训师、咨询师和高校相关专业师生的参考用书。

书籍目录

第一部分 用流程优化

第1章 经营决策及战略管理流程

1.1 经营决策管理流程及标准

1.1.1 经营决策管理流程

1.1.2 经营决策管理标准

1.2 战略管理流程及标准

1.2.1 战略管理流程

1.2.2 战略管理标准

第2章 营销信息管理流程

2.1 信息管理流程及标准

2.1.1 信息管理流程

2.1.2 信息管理标准

2.2 销售信息库建设流程及标准

2.2.1 销售信息库建设流程

2.2.2 销售信息库建设标准

第3章 销售管理流程

3.1 销售情况上报管理流程及标准

3.1.1 销售情况上报管理流程

3.1.2 销售情况上报管理标准

3.3.2 分销商控制管理流程及标准

3.2.1 分销商控制管理流程

3.2.2 分销商控制管理标准

3.3 营销进度控制管理流程及标准

3.3.1 营销进度控制管理流程

3.3.2 营销进度控制管理标准

3.4 订货管理流程及标准

3.4.1 订货管理流程

3.4.2 订货管理标准

3.5 发货管理流程及标准

3.5.1 发货管理流程

3.5.2 发货管理标准

3.6 调货管理流程及标准

3.6.1 调货管理流程

3.6.2 调货管理标准

3.7 退货管理流程及标准

3.7.1 退货管理流程

3.7.2 退货管理标准

3.8 销售回款管理流程及标准

3.8.1 销售回款管理流程

3.8.2 销售回款管理标准

第4章 促销与广告管理流程

4.1 促销计划制订管理流程及标准

4.1.1 促销计划制订管理流程

4.1.2 促销计划制订管理标准

4.2 促销计划实施管理流程及标准

<<销售企业流程化与规范化管理手册>>

4.2.1 促销计划实施管理流程

4.2.2 促销计划实施管理标准

4.3 广告媒体选择管理流程及标准

4.3.1 广告媒体选择管理流程

4.3.2 广告媒体选择管理标准

4.4 广告宣传品制作管理流程及标准

4.4.1 广告宣传品制作管理流程

4.4.2 广告宣传品制作管理标准

第5章 客户关系管理流程

5.1 客户服务管理流程及标准

5.1.1 客户服务管理流程

5.1.2 客户服务管理标准

5.2 客户投诉管理流程及标准

5.2.1 客户投诉管理流程

5.2.2 客户投诉管理标准

第6章 财务管理流程

6.1 财务管理流程及标准

6.1.1 财务管理流程

6.1.2 财务管理标准

6.2 资金管理流程及标准

6.2.1 资金管理流程

6.2.2 资金管理标准

第7章 人员招聘与培训管理流程

7.1 人员招聘与录用管理流程及标准

7.1.1 人员招聘与录用管理流程

7.1.2 人员招聘与录用管理标准

7.2 员工培训管理流程及标准

7.2.1 员工培训管理流程

7.2.2 员工培训管理标准

第二部分 用制度规范

第8章 营销策划管理制度

8.1 市场调研管理制度

8.1.1 市场调研工作制度

8.1.2 调研信息管理制度

8.1.3 调研报告管控制度

8.2 营销计划管理制度

8.2.1 营销计划报审制度

8.2.2 营销计划执行制度

8.3 产品定价管理制度

8.3.1 产品定价调查制度

8.3.2 产品定价调整制度

8.4 产品推广管理制度

8.4.1 产品策划管理制度

8.4.2 品牌推广管理制度

8.4.3 广告宣传管理制度

第9章 销售业务管理制度

9.1 销售渠道管理制度

<<销售企业流程化与规范化管理手册>>

- 9.1.1 经销商管理制度
- 9.1.2 加盟商管理制度
- 9.1.3 商品窜货控制制度
- 9.1.4 渠道商评级管理制度
- 9.2 发货退货管理制度
  - 9.2.1 订货与发货管理制度
  - 9.2.2 换货与退货管理制度
- 9.3 合同管理制度
  - 9.3.1 销售合同管理规定
  - 9.3.2 合同纠纷处理规定
- 9.4 产品促销管理制度
  - 9.4.1 促销赠品管理办法
  - 9.4.2 促销人员管理规定
- 9.5 销售业务提成制度
  - 9.5.1 销售业务提成核算制度
  - 9.5.2 销售业务提成发放制度
  - 9.5.3 销售业务提成管理制度
- 9.6 营销信息管理制度
  - 9.6.1 营销信息建设制度
  - 9.6.2 营销信息日常管理制度
- 第10章 销售人员管理制度
  - 10.1 销售人员客户开发管理制度
    - 10.1.1 客户拜访管理制度
    - 10.1.2 客户开发区域制度
    - 10.1.3 客户开发奖励制度
    - 10.1.4 客户开发提案制度
  - 10.2 销售人员考勤管理制度
    - 10.2.1 销售人员考勤制度
    - 10.2.2 销售人员请假制度
    - 10.2.3 销售人员倒休办法
  - 10.3 销售人员出差管理制度
    - 10.3.1 销售人员出差制度
    - 10.3.2 出差报销管理办法
    - 10.3.3 出差成果汇报规定
  - 10.4 销售人员薪酬管理制度
    - 10.4.1 销售人员薪酬发放制度
    - 10.4.2 销售人员薪级管理制度
    - 10.4.3 销售人员业绩奖励办法
    - 10.4.4 销售内勤人员薪酬制度
    - 10.4.5 临时促销人员薪酬制度
  - 10.5 销售人员培训管理制度
    - 10.5.1 业务人员培训制度
    - 10.5.2 促销人员培训制度
  - 10.6 销售人员行为管理规范
    - 10.6.1 销售人员礼仪管理规范
    - 10.6.2 销售人员仪容仪表规范
- 第11章 客户关系管理制度

<<销售企业流程化与规范化管理手册>>

11.1 大客户管理制度

11.1.1 大客户关系维护制度

11.1.2 大客户开发管理制度

11.2 客户信用管理制度

11.2.1 客户信用评级办法

11.2.2 客户信用调查规范

11.3 售后服务管理制度

11.3.1 上门作业管理制度

11.3.2 客户投诉处理制度

11.3.3 售后服务实施细则

第三部分 用工具执行

第四部分 用范例演示

## 章节摘录

版权页：插图：3.由各分公司、办事处指定人员进行信息的收集和报送，用书面形式报送给营销信息中心。

### 4.报送时间管理。

(1) 各分公司、办事处将收集到的有关市场信息进行汇总整编后，于每星期一12:00之前（北京时间，下同）上报前一个星期内所收集到的市场信息。

(2) 各分公司、办事处于每月3日（遇节假日顺延）12:00之前上报上个月的市场信息汇总报告。

(3) 上述信息以电子邮件的方式报送，且电子邮件主题栏应注明“××分公司办事处市场信息报表”。

第7条市场信息的整理营销信息中心负责将收集到的各种信息进行汇总、筛选，经审查后于每周星期二在公司内部网站上公布，使用人员可从网上查询。

由市场部相关人员编制《市场信息总结报告》，上报市场部经理审阅后，送至有关领导和部门。

第3章销售信息收集与报告第8条即时销售信息的收集、报告与整理1.即时销售信息是指随着市场的变化，不可预见的销售信息。

公司销售部的相关人员，各分公司、办事处的相关人员要根据收集到的销售信息汇报给营销信息中心。

2.营销信息中心的相关人员汇总本公司所收集到的即时销售信息，制作“当日销售信息表”，并于当日在公司内部网站上公布，以方便全体员工使用。

第9条定期销售信息的收集、报告与整理1.定期销售信息是指定期传递的销售信息。

公司销售部，各分公司、办事处负责在每月月底汇总本月“当日销售信息表单”中的销售信息，形成“月度销售信息表单”，并配以《本月分公司/办事处销售分析》，提供给营销信息中心的信息管理人员。

2.营销信息管理人员负责在每月月底汇总公司总部所负责的销售区域的“当日销售信息表单”中的销售信息，在收到各分公司、办事处上报的月度销售表单及销售分析后，于次月5日前做出《月度公司销售分析》并反馈给各分公司与办事处。

第4章客户信息收集与报告第10条客户信息收集渠道1.通过客户名片、对客户的拜访、电话、传真往来收集客户联络人的相关信息，包括联络人的职位、部门和联络方法、家庭及社会关系网、个人工作经历背景和需求等。

2.通过对以往的交往及合同的执行情况，收集客户的商务信息，包括银行账号、业务范围、资信和客户忠诚度等相关资料。

3.通过客户的公告、通告和商务函件等，收集客户的变更信息。

4.通过客户回访和客户关怀，获得更多的客户信息。

第11条客户信息的报告1.各分公司、办事处的销售人员负责将当日收集的客户信息形成《客户档案》，并于每月15日与30日将客户信息传递到公司营销信息中心。

2.各分公司、办事处的销售人员负责将当日本部门收集到的客户信息形成《客户档案》存档，并定期将客户信息制作成“分公司月度客户信息汇总表”上报公司营销信息中心。

编辑推荐

《销售企业流程化与规范化管理手册》：流程化：用流程优化。

制度化：用制度规范。

工具化：用工具执行。

范例化：用范例演示。

流程：为业务开展提供标准化流程。

制度：为工作实施提供规范化制度。

工具：为效率提升提供实用化工具。

范例：为应用便捷提供模板化范例。



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>