

<<销售攻坚战>>

图书基本信息

书名：<<销售攻坚战>>

13位ISBN编号：9787121110269

10位ISBN编号：7121110261

出版时间：2010-7

出版时间：电子工业出版社

作者：影响力中央研究院教材专家组

页数：188

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>

## <<销售攻坚战>>

### 内容概要

本书结合来自销售一线的销售经理们的实际经验和操作方法，从充分了解作战环境、成为细分市场的No.1、全力攻坚大客户、高效促销加热市场和强力管控分销渠道等6个方面，告诉销售经理们如何突破销售瓶颈并打一场漂亮的销售攻坚战。

无论是在企业中从事销售管理实践的管理人员，还是从事相关研究的人士，抑或是有志于从事销售工作的人士，都能够从本书中获得自己想要的知识。

<<销售攻坚战>>

书籍目录

攻略1 充分了解作战环境	1.1 掌握2种市场信息	工具 销售经理应掌握的人口信息	案例讨论 “
热销”钢琴	1.2 收集市场信息的原则和途径	工具 大众传媒利用情况自检表	案例讨论 齐经理
是这样收集信息的	1.3 分析2种不同类型的客户	工具 中间商基本资料调查表	案例讨论 刘先生
购买净水器的决策过程	1.4 深入考察竞争者的5个方面	工具 竞争者考察表	案例讨论 章经理是
这样考察竞争者的	本章小结 攻略2 成为细分市场的No.1	2.1 强势市场推广的原则和方式	工具 厂
告形式对比表	案例讨论 Zippo打火机是这样被推广的	2.2 实现高效铺货的6种策略	工具 榜样
示范铺货的3种方式	案例讨论 太子奶快速启动市场策略	2.3 区域市场分析及产品组合策略	工
具 区域市场产品策略分析表	案例讨论 华龙的产品组合策略	2.4 新产品成功上市的8个招式	工
具 常用的10种促销手段	案例讨论 牛奶果盘如此PK娃哈哈营养快线	本章小结 攻略3 全力攻坚大客	
户 3.1 大客户的采购特征和销售步骤	工具 针对大客户的销售步骤和操作要点	案例讨论 H公	
司的采购招标过程	3.2 拜访大客户的6个步骤	工具 大客户拜访计划表	案例讨论 漂亮的开场白
3.3 与大客户沟通的5种技巧	工具 同理心倾听法的4个步骤	案例讨论 王经理应当如何与客户	
沟通	3.4 与大客户谈判的5种策略	工具 4种常见的价格让步方式	案例讨论 时间压力策略可以
这样使用吗	3.5 保持持久合作的4种做法	工具 大客户问卷调查表	案例讨论 W货运公司这样提
高大客户的忠诚度	本章小结 攻略4 高效促销加热市场	4.1 制定促销计划, 实施促销方案	工具 作
销方案实施检测表	案例讨论 “小天使”成功的促销活动	4.2 促销手段的灵活运用	工具 针对
中间商的促销手段对比表	案例讨论 J公司的促销政策是这样制定的	4.3 促销进程中各要素的控制	
工具 促销赠品损耗情况控制表	案例讨论 A公司的促销为何失败	4.4 促销活动的考核与创新	
工具 4种促销活动创新的比较	案例讨论 康师傅鲜の每日C的促销创新	本章小结 攻略5 强力管	
控分销渠道	5.1 分销渠道选择的4个方面	工具 某公司分销渠道计划书	案例讨论 S公司的问题
出在哪里	5.2 分销渠道管理的3个关键	工具 经销商档案卡	案例讨论 B瓷砖公司的库存管理合
理吗	本章小结 攻略6 完善管理, 留住客户	6.1 “赶走”客户的6种杀手	工具 销售经理创新意识
测题	案例讨论 L公司错在哪里	6.2 提高市场反应速度的4项要求	工具 客户投诉登记表
例讨论 T公司组织结构的调整	6.3 优化客户关系的方式和考核	工具 销售人员优化客户关系考核	
表	案例讨论 肖经理能留住这些客户吗	本章小结 后记参考文献	

<<销售攻坚战>>

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>