

<<销售管理学>>

图书基本信息

书名：<<销售管理学>>

13位ISBN编号：9787300130583

10位ISBN编号：7300130585

出版时间：2011-3

出版时间：中国人民大学

作者：汪秀英

页数：296

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>

<<销售管理学>>

内容概要

本书从一线销售经理和销售人员的角度出发，阐述了销售工作的基本职能，提出了全新的销售工程师的概念，对销售人员进行了严格分类，对销售管理程序与方法进行了深入研究，建立了系统的销售管理学理论体系，突出了理论与实践相结合的核心要旨，引入了一些新知识、新案例，探索了一些新思想、新方法，研究了一些新问题，突出理论对实践的指导作用，使销售管理工作和销售运行工作更容易把握。

本书适合大学本科工商管理、市场营销、人力资源管理、旅游管理、经济学、金融学等相关专业的学生使用，同时适合在岗、在职的销售管理者和一线销售人员阅读。

<<销售管理学>>

作者简介

汪秀英，管理学博士，首都经济贸易大学工商管理学院教授，中央广播电视大学“公共关系学”主讲教师；多年来主要从事市场营销理论、销售管理理论、企业品牌建设、消费者行为理论、公共关系理论、危机管理理论、体验经济理论等方面的研究与教学工作。出版专著十余部，教材二十余部，发表论文六十余篇。

<<销售管理学>>

书籍目录

- 第一章 销售管理概述
 - 第一节 销售与销售管理
 - 第二节 销售管理与营销管理
 - 第三节 销售管理的变迁
- 第二章 销售管理理论
 - 第一节 销售管理方格理论
 - 第二节 销售激励理论
 - 第三节 顾客满意理论
 - 第四节 销售运行模式
- 第三章 销售工作计划
 - 第一节 制定销售计划
 - 第二节 销售目标计划
 - 第三节 销售预测分析
 - 第四节 销售定额管理
- 第四章 销售组织管理
 - 第一节 销售组织的构建
 - 第二节 销售组织的类型
 - 第三节 销售组织的规模
 - 第四节 销售组织的管理
- 第五章 销售队伍管理
 - 第一节 优秀销售人员的素质
 - 第二节 销售人员的岗位
 - 第三节 销售人员的招聘
 - 第四节 销售人员的培训
- 第六章 销售区域管理
 - 第一节 销售区域概述
 - 第二节 销售区域的设计
 - 第三节 对销售区域实施管理
- 第七章 销售渠道管理
 - 第一节 销售渠道概述
 - 第二节 销售渠道的构建
 - 第三节 销售渠道的管控
 - 第四节 渠道冲突与合作管理
- 第八章 销售过程前期管理
 - 第一节 销售准备
 - 第二节 销售接近
 - 第三节 销售展示
- 第九章 销售过程后期管理
 - 第一节 异议处理
 - 第二节 促成交易
 - 第三节 销售服务与跟踪
- 第十章 客户关系管理
 - 第一节 对客户关系的理解
 - 第二节 客户分析与筛选
 - 第三节 客户数据库与客户挖掘

<<销售管理学>>

- 第四节 客户忠诚管理
- 第十一章 销售人员的薪酬、激励
 - 第一节 销售人员的薪酬
 - 第二节 销售人员的激励
 - 第三节 销售人员的福利
- 第十二章 销售分析与绩效考评
 - 第一节 销售额分析
 - 第二节 销售成本分析
 - 第三节 销售人员的绩效考评
- 第十三章 网络销售管理
 - 第一节 网络销售概述
 - 第二节 网络销售模式
 - 第三节 网上商店
- 参考文献

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>