

<<销售管理>>

图书基本信息

书名：<<销售管理>>

13位ISBN编号：9787300167169

10位ISBN编号：7300167160

出版时间：2012-12

出版时间：中国人民大学出版社

作者：李先国

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>>

书籍目录

第1篇 销售规划管理第1章 销售计划第1节 销售计划的制定第2节 销售预测第3节 销售定额第4节 销售预算思考题章末案例乐万家超市的中秋之战第2章 销售区域管理第1节 销售区域的设计第2节 销售区域的开发第3节 销售时间管理第4节 销售费用管理思考题章末案例湖南某公司市场区域划分和开发第3章 销售渠道建设第1节 渠道模式的选择第2节 渠道系统的设计第3节 渠道整合思考题章末案例“狂吃不壮”雀巢中国受困渠道难题第4章 促销管理决策第1节 促销沟通理论第2节 广告促销决策第3节 销售促进决策第4节 销售促进策略第5节 公共宣传决策第6节 直复营销决策思考题章末案例“萝h哥”的促销传奇第2篇 客户管理第5章 客户关系管理第1节 客户关系管理概述第2节 客户分析第3节 客户数据库与客户挖掘第4节 客户忠诚度管理思考题章末案例上海火炬润滑油公司cRM系统的实施第6章 信用销售管理第1节 赊销、信用与信用管理的相关概念第2节 企业信用管理与销售业务流程再造第3节 确定客户资信第4节 制定信用政策第5节 应收账款管理思考题章末案例A公司的销售信用额度管理第7章 客户服务管理第1节 客户服务的含义与类别第2节 客户服务的内容第3节 服务质量管理第4节 客户投诉管理思考题章末案例犯错的客户也是对的?第8章 重点客户管理第1节 重点客户的识别第2节 重点客户的类型第3节 重点客户管理过程思考题章末案例张老板的KA难题第3篇 销售人员管理第9章 销售队伍建设第1节 销售人员的地位与职责第2节 营销职业道德规范第3节 销售组织的建立第4节 销售活动分析思考题“章末案例A饮料公司在某区域的销售组织的演变第10章 销售人员的招聘与培训第1节 销售人员的招聘第2节 销售人员的甄选第3节 销售人员的培训思考题章末案例IBM公司“魔鬼训练营”课程与模拟角色第11章 销售人员的激励第1节 激励的一般原理第2节 销售竞赛激励第3节 激励士气的方法思考题章末案例怎样做才能留住销售人才第12章 销售人员的考评与薪酬第1节 销售人员的业绩考评第2节 销售人员的薪酬制度思考题章末案例I, 公司销售人员的销售绩效考核第4篇 销售过程管理第13章 销售准备第1节 分析销售机会与销售威胁第2节 了解客户类型第3节 塑造自我第4节 拟定行动计划思考题章末案例眼镜零售销售员的前期准备第14章 访问客户第1节 寻找客户第2节 约见客户第3节 接近客户第4节 介绍产品思考题章末案例如何从门外汉变成销售精英第15章 促成交易第1节 客户异议的表现第2节 客户异议产生的原因第3节 客户异议的处理第4节 建议成交第5节 缔结契约思考题章末案例嫌货才是买货人第16章 货品管理第1节 订货、发货与退货管理第2节 销售终端货品管理第3节 窜货管理思考题章末案例窜货市场如何快速走向规范化参考文献

<<销售管理>>

编辑推荐

《销售管理》自初版以来，受到理论界和企业界的很大关注，感谢同行们的支持和有关部门的肯定。该书2005年获得高等教育国家级教学成果一等奖，2006年获得教育部普通高等教育“十一五”国家级规划教材的批准立项。

欣喜之余也感觉到肩负的责任越来越重大，希望本次修订能使“销售管理”课程的教材体系更加完善

。《销售管理(第3版21世纪市场营销系列教材普通高等教育十一五国家级规划教材)》(作者李先国)沿袭了第二版的基本框架，仍为四个模块，即销售规划管理、客户管理、销售人员管理、销售过程管理

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>