

<<商贸企业销售人员能力提升>>

图书基本信息

书名：<<商贸企业销售人员能力提升>>

13位ISBN编号：9787302286271

10位ISBN编号：7302286272

出版时间：2012-6

出版时间：清华大学出版社

作者：潘文富 黄静

页数：211

字数：239000

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>

## <<商贸企业销售人员能力提升>>

### 前言

在中国市场，渠道的组成不仅仅是理论上的销售路线，而是由一个个具体的销售机构所组成的，如经销商、分销商、零售商等。

而这些销售机构又是由一个个具体的岗位成员所组成的。

在产品从出厂到最终消费者购买的整个流程中，都要涉及销售机构的每个岗位，或者说，每个人都会有所涉及，忽视了其中任何一个环节、一个岗位，就有可能导致渠道运行工作受阻。

所以说，所有涉及产品销售的人员，都属于渠道成员；从经销商老板到送货司机，都是渠道成员，这其中，经销商的业务人员又是重中之重。

作为一线的销售人员，所要面对的是最基础也是最现实的分销和终端销售工作。

对接面广，事务繁杂，变数又多，这需要经销商的业务人员自身具备扎实的业务功底和高效的工作管理能力。

但由于经销商公司体制方面的原因，大部分经销商业务人员缺乏成体系的技术培训，更多的是依靠自己在工作中的实践摸索，或是老员工的传帮带，技术能力的提升速度往往跟不上市场发展的速度，导致业务效率难以提升，付出与回报不成正比，不但影响个人收入，并且对业务人员自己的心情和未来发展也会带来一定的影响。

其实，对于经销商老板来说，下属业务团队的能力提升问题也一直是困扰企业发展的障碍之一。

但出于成本、专业人员、技术储备、培训体系设计等诸多因素的局限，大部分经销商至今没有建立真正意义上的内部培训体系，这也是导致经销商公司整体作业效率长期难以从根本上提升的主要原因。

作为经销商的上游合作伙伴，经销商的问题也就是厂家的问题，在经销商自身解决问题遇到难题时，作为合作厂家，有义务来整合资源，帮助经销商一起面对，一起解决。

多年以来，云南白药健康产品事业部联合潘文富老师，通过技术手册、现场培训会、样板参观、协助经销商成立内部培训体系、帮助经销商培养内部培训师等形式，一直在努力为云南白药经销商解决下属业务团队的业务能力提升问题。

在辅导工作中，潘老师将经销商业务人员接受度较高的部分内容整理成书，希望对更多的经销商业务人员有所帮助。

云南白药集团股份有限公司健康产品事业部副总经理 钱金莲

## <<商贸企业销售人员能力提升>>

### 内容概要

本书基于当前中小型商贸企业销售人员实际业务水平的现状，并结合企业的内部环境、外部市场环境、老板的管理水平等因素，针对销售人员当前较为急需的部分专业技术，提供了简单实用的解决方案，帮助业务人员实现从个人基本素质到业务能力的快速提升。

本书特别适合中小型商贸企业的销售人员阅读，也可作为这些企业的培训教材使用。

## <<商贸企业销售人员能力提升>>

### 作者简介

潘文富

森潘纺织品贸易（上海）有限公司 总经理

上海森潘企业管理咨询有限公司 总经理

《经销商经管技术交流》杂志 主编

中国经销商研究发展中心（DDRC） 研究员

国资委商业技能鉴定中心《经销商管理师》职业标准教材 起草人

黄静

曾任知名大卖场 采购经理/采购培训经理

森潘纺织品贸易（上海）有限公司 副总经理

武汉格洛瑞企业管理咨询有限公司 总经理

国资委商业技能鉴定中心《现代卖场管理师》职业标准教材 起草人

## <<商贸企业销售人员能力提升>>

### 书籍目录

#### 第1章 心态与思维

- 1.1 用什么心态打工
- 1.2 别指望谁能理解你
- 1.3 别指望谁能帮助你
- 1.4 迈过“郁闷”这个坎
- 1.5 化解工作中的负面情绪
- 1.6 从工作中寻找快乐
- 1.7 培养积极乐观的心态
- 1.8 以成长计“得失”
- 1.9 不满足才能进步
- 1.10 少抱怨多做事
- 1.11 锻炼自己的习惯性思维
- 1.12 养成迅速反应的好习惯
- 1.13 把琐碎的工作变得有意义
- 1.14 个人提升是从业者快乐的源泉

#### 第2章 自我管理和个人发展

- 2.1 初级个人管理
- 2.2 十个你可能需要完善的工作
- 2.3 如何在学习时避免遗忘
- 2.4 从通讯录看到你的未来
- 2.5 寻找工作与生活的平衡
- 2.6 让工作与生活相得益彰
- 2.7 建立你的个人品牌
- 2.8 如果有才你就喊
- 2.9 做好你的职业规划
- 2.10 一位职业经理人的职业生涯规划
- 2.11 做个不专业的职业人
- 2.12 如何实施销售演练
- 2.13 未雨绸缪——提前做好后备工作

#### 第3章 商业人际沟通

- 3.1 沟通是一门艺术
- 3.2 沟通之苦
- 3.3 学会听别人说话
- 3.4 在职场与人相处的十种办法

#### 第4章 与老板相处

- 4.1 老板是哪种类型的“动物”
- 4.2 为什么老板不喜欢重视才子
- 4.3 老板为什么会发火
- 4.4 老板向左走，员工向右走
- 4.5 好好干再加薪还是加了薪再好好干
- 4.6 别对老板有感情
- 4.7 你办事，我不放心
- 4.8 把老板当小孩
- 4.9 把老板作为个人创业的学习对象

#### 第5章 与上下级相处

## <<商贸企业销售人员能力提升>>

- 5.1 与上司打交道的五个细节
- 5.2 上司有时候也会犯傻
- 5.3 经销商公司的中层干部怎么当
- 5.4 管人之前得学会被人管
- 5.5 别拿管理生产工人的办法来管理营销人员
- 5.6 如何给导购作培训
- 5.7 做好销售队伍的保养

### 第6章 职业素质提升

- 6.1 读懂自我是成功之本
- 6.2 确定个人的专业技能
- 6.3 如何避免学习之“毒”
- 6.4 从生手到专家
- 6.5 文字建议让工作更精彩
- 6.6 工作报告怎么写
- 6.7 详解工作报告的几个要点
- 6.8 让工作汇报更有效
- 6.9 让你的工作具有创造性
- 6.10 锻造你的核心竞争力

### 第7章 客户与渠道管理

- 7.1 挖掘老客户的新价值
- 7.2 如何获得团购客户的重视
- 7.3 掉过头来看传统流通渠道
- 7.4 如何做到传统渠道与现代渠道的平衡
- 7.5 团购市场的创新运作

### 第8章 商业理论与趋势分析

- 8.1 应该牢记的百字真言
- 8.2 归根结底是人才的竞争
- 8.3 换个角度看品牌的价值
- 8.4 消费者需要被教育
- 8.5 用营销模式还是用盈利模式
- 8.6 营销精细化是个陷阱

### 第9章 销售与市场

- 9.1 促销活动中的安全问题
- 9.2 换个角度来看待促销人员的管理问题
- 9.3 换个角度认识与运用资源
- 9.4 如何用低成本做好终端广告
- 9.5 如何摆脱新产品上市之痛
- 9.6 在接新产品前先想清楚的几个问题
- 9.7 新产品与旧渠道的冲突问题
- 9.8 如何做好新产品的撤退计划
- 9.9 切忌采用全区域、全渠道的新品推进策略
- 9.10 换一个角度来看新产品的上市失利

## <<商贸企业销售人员能力提升>>

### 编辑推荐

《商贸企业销售人员能力提升》是送给经销商业务员的最好礼物，非常适合企业培训使用。

本书的解决方案简单实用，可以快速提高业务人员的能力水平，帮助业务人员实现从销售人员到销售经理的飞跃。

<<商贸企业销售人员能力提升>>

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>