第一图书网, tushu007.com

<<营销经理的管理技巧>>

图书基本信息

书名：<<营销经理的管理技巧>>

13位ISBN编号：9787507816839

10位ISBN编号：7507816834

出版时间：2000-01

出版时间：中国国际广播出版社

作者：韩荣贵

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

第一图书网, tushu007.com

<<营销经理的管理技巧>>

书籍目录

第一篇 营销经理管理的内容和技巧
一、市场分析的几种方法和目标市场的确定
1. 行业市场分析的方法
2. 个体（厂商）市场分析（即市场区隔）
3. 开发目标市场的技巧
4. 消费者行为分析模式
二、营销经理应了解的市场需求预测方法
1. 购买者意向调查法
2. 推销人员综合意见法
3. 高级人员估计法
4. 专家意见法
5. 市场试销法
6. 模拟分析法
7. 相关分析法
8. 计量经济模式法
9. 一般预测技巧
10. 科技预测法
三、营销经理制定营销计划的方法和内容
1. 营销计划系统和编制
2. 长期策划
3. 年度规划与预算
4. 投资策划的方法
5. 执行方案规划
四、营销经理如何进行市场“ 试销 ”
1. 产品试销：消费者的偏好测验
2. 销售预测的方法
3, 小型市场试销
4. 试销与营销机会预测
五、销售定价程序、策略和方法
1. 定价问题
2. 定价程序
3. 定价策略和政策
4. 三类定价方法
六、营销经理管理销售通路的技巧
1. 零售商
2. 批发商
3. 配销通路系统的类别
4. 配销通路的设计与管理方法
七、营销经理的广告管理职责
1. 广告在营销管理中的地位
2. 广告的概念
3. 广告的种类
4. 广告的作用
5. 做广告的目的与目标
6. 广告决策

八、人员推销管理——营销经理最重要最直接的任务
1. 认识市场
2. 制定人员推销策略
3. 推销员管理
第二篇 销售管理的实务
一、从人性角度管理推销员
1. 人事管理在营销上的特殊性
2. 从了解“人”开始
3. 人事管理的即效性与培养性
二、销售经理如何编定“推销员工作手册”
1. 制定一个较高的目标
2. 目标具体化
3. 工作手册的制作方法
4. 路线推销的任务
5. 直接推销
6. 推销的行为规范
三、激励推销员拼命工作的技巧
1. 开发推销员的“三力”
2. 行动模式
3. 人的欲望
4. X理论、Y理论
5. 哈兹巴克理论
四、训练和开发推销员潜在能力的方法
1. 推销员确有训练的必要
2. 推销员训练的内容
3. 训练的两种方法
4. 推销员训练的核心——FABE法
五、改进SM（推销员）态度的几种方法
1. SM的错误态度
2. 找出消积态度的原因
3. 改进态度的几种方法
六、SM像走马灯似的，来了又走了
1. 新人与旧人
2. 使推销员安于工作的条件
七、业绩评核和效率分析
1. 评核的原则及困难性
2. 评核成绩的方法
八、鼓励部属成功的秘诀
1. 开发你的巨大潜能
2. 把自己当作公司
3. 成功的最大“公约数”是积极性
4. 去除“不”，坚决说“我能”
5. 成功方程式的五个阶段
第三篇 销售管理的具体操作方法
一、销售经理管理操作细则
1. 销售方针
2. 销售计划

3. 销售部内组织的操作技巧
4. 销售途径政策的三个做法
5. 市场调查的运作细则
6. 新设立或撤销分公司、销售处的具体做法
7. 代理商、特约商管理细则
8. 促进销售的重点
9. 协助经销商的注意事项
10. 展示会、旅行招待会的实施要点
11. 情报管理的细则
12. 交货、送货的注意要点
13. 货款回收的要求
14. 减价退货的要求
15. 处理索赔问题的具体做法
16. 标价包装的操作技巧
17. 销售事务管理的细则
18. 管理分公司的技巧
19. 进货管理的操作细则
20. 商品管理的具体做法
21. 销售经理的工作要求
22. 管理者的配置技巧
23. 权限委让的做法
24. 命令部属的技巧
25. 接受部属报告的技巧
26. 奖励的要快
27. 告诫及责备部属的小秘诀
28. 管理部属的具体做法
29. 指导、培养部属的要点
30. 对上司关系的要诀
31. 与其他部门的联络、协调
32. 销售业务改进的具体做法
33. 销售经理执行职务的技巧
34. 自我启发的秘诀

二、促销管理运作技巧

1. 支援经销商的方法和原则
2. 支援经销商的效果
3. 动摇经销商时的要点
4. 径路推销员的任务
5. 径路推销员与市场调查
6. 处理顾客不满的方法

第四篇 工业品营销经理的管理技巧

一、工业品营销概论

1. 工业品的促销技巧
2. 工业品的人员推销
3. 工业品市场的推销管理
4. 制定工业品推销策略及步骤

二、工业品营销经理的职权和责任

1. 工业品营销经理与消费品营销经理的比较

2. 工业品营销经理的职责
3. 工业品营销经理的权责
三、工业品营销经理如何管理通路
1. 影响销售通路的三大因素
2. 通路的决策方法
3. 评估通路的需要程度
4. 通路的分析、评价
四、抓住大客户是营销经理的最大任务
1. “紧迫盯人”方法
2. 掌握营销秘诀
五、销售推广管理的方法
1. 产品型录及制作方法
2. 工业展览会
3. 经销商及代理商的销售推广
4. 新闻报道及公共关系
5. 专门广告
6. 工业促销策略拟定的过程
六、工业品营销费用的管理方法
1. 营销费用与制造费用
2. 会计制度
3. 营销费用的分析
4. 营销成本的控制
5. 营销成本资料的用途
七、工业品营销经理的关键任务是服务
1. 四个服务的观念
2. 服务项目
第五篇 营销经理（领导）的风格、素质、训练与管理技巧
一、领导的定义、风格（类型）
1. 领导的定义
2. 领导的类型（风格）
二、领导的评价
三、营销经理的人格素质
四、营销经理的自我训练

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