

<<Excel在市场营销与销售管理中的应>>

图书基本信息

书名：<<Excel在市场营销与销售管理中的应用>>

13位ISBN编号：9787508470474

10位ISBN编号：7508470478

出版时间：2010-1

出版时间：水利水电出版社

作者：周贺来

页数：366

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>

<<Excel在市场营销与销售管理中的应>>

内容概要

本书根据销售管理与市场营销的工作需要,从满足现代企业对市场和销售人员的要求出发,通过大量的实例讲解,介绍了利用Excel 2007进行市场营销与销售管理的应用技能和操作技巧。

本书结构合理、详略得当,内容共分9章,其中第1章介绍Excel 2007在市场营销与销售管理中应用的预备知识;第2~9章分别介绍销售表单制作、销售数据汇总、销售报表分析、销售业绩提成、代理商管理、应收账款管理、市场预测以及营销决策分析等领域的Excel应用。

全书实例丰富,共有各类实例140多个。

为便于查找,附录1中给出了全书实例的索引。

随书光盘中给出了书中所有实例的素材文件,经过精心制作,读者可以跟着这些素材来快速学习实例的操作,这些文件可直接(或者稍加改动)用于实际工作之中;另外,光盘中还提供如下3类内容(详见附录2):企业管理各领域所用Excel的模板文件或常用表格;市场与销售管理的各类资料,其中包括各种常用市场与销售表格、大型企业市场与销售管理所用的成套资料等;几款Excel常用软件优化工具和加载项。

本书既适合各类企业中需要利用Excel进行销售管理和市场分析的人员使用,也适合各高等院校市场营销、财务管理、会计电算化、企业管理等相关专业学生使用,还可作为各类相关培训机构的Excel市场与销售管理课程的培训教材。

作者简介

周贺来，郑州大学信息工程学院计算机软件专业硕士，南开大学信息管理与信息系统专业博士，副教授。

近年来先后在《情报理论与实践》、《科学学与科学技术管理》、《情报科学》等核心期刊发表论文20余篇；主持和参与国家自然科学基金等各类研究项目10余项，编撰出版各类著

书籍目录

- 01 Excel市场营销与销售管理应用基础知识
- 1.1 数据输入与编辑操作 1.1.1 常见类型数据的输入要点 1.1.2 数据输入的快捷方法 1.1.3 对输入数据进行有效性审核 1.1.4 下拉式选择列表输入的设计 1.1.5 选择性粘贴的操作与应用
- 1.2 公式、函数与名称应用 1.2.1 公式输入规则与编辑操作 1.2.2 公式中单元格的引用方式 1.2.3 函数应用的基础知识 1.2.4 名称的创建与应用 1.2.5 数组公式及其应用
- 1.3 数据组织与内容整理 1.3.1 数据库表格的特点 1.3.2 数据排序的操作 1.3.3 数据筛选的操作
- 1.4 数据显示格式的设置 1.4.1 内置数字格式的设置 1.4.2 自定义数字格式的设置 1.4.3 条件格式化的设置
- 1.5 数据图表的制作 1.5.1 数据图表的类型介绍 1.5.2 数据图表的创建方法 1.5.3 数据图表的编辑与设置 1.5.4 复杂数据图表的制作 1.5.5 动态图表的制作
- 02 Excel在销售表单制作中的应用
- 2.1 销售统计表的制作 2.1.1 表格的框架建立与文本输入 2.1.2 表格的格式设置与效果优化 2.1.3 输入计算公式并进行条件控制
- 2.2 商品订货单的制作 2.2.1 表格创建与格式设置 2.2.2 输入计算公式并设置数字格式 2.2.3 表格打印效果的设置
- 2.3 销售费用管理相关单据的制作 2.3.1 制作用于手工填写的打印版差旅费报销单 2.3.2 创建用于在线填写的电子版差旅费报销单 2.3.3 销售费用报销时所用单据粘贴单的制作
- 2.4 产品目录清单的制作 2.4.1 表格的创建与格式的优化设置 2.4.2 图形对象的插入与编辑 2.4.3 分页预览与页面布局视图的应用 2.4.4 保存为网页文件并在浏览器中查看
- 03 Excel在销售数据汇总中的应用
- 3.1 按指定条件进行销售数据汇总 3.1.1 使用SUMIF函数实现单个条件的数据汇总 3.1.2 利用SUM和IF函数联合实现多条件汇总 3.1.3 利用SUMPRODUCT函数实现多条件汇总 3.1.4 利用SUMIFS函数实现多条件的数据汇总 3.1.5 利用DSUM函数对数据库表格进行多条件汇总
- 3.2 特定情形下的销售数据汇总 3.2.1 销售数据的按行 / 列累加汇总 3.2.2 动态更新区域的销售数据汇总 3.2.3 不连续区域的销售数据汇总 3.2.4 对含错误值区域的数据汇总
- 3.3 销售数据的分类汇总 3.3.1 分类汇总的基本知识 3.3.2 单层分类汇总的建立 3.3.3 多重分类汇总的操作 3.3.4 嵌套分类汇总的操作 3.3.5 对筛选数据做动态汇总
- 3.4 多工作表数据的合并汇总 3.4.1 利用三维引用公式实现多表汇总 3.4.2 按照位置进行数据的合并计算 3.4.3 按照分类进行数据的合并计算 3.4.4 数据合并统计汇总的方法对比
- 04 Excel在销售数据透视分析中的应用
- 4.1 通过实例了解数据透视分析的作用
- 4.2 数据透视表的创建 4.2.1 数据透视表的创建过程介绍 4.2.2 创建数据透视表的注意事项
- 4.3 数据透视表的设置 4.3.1 设置数据透视表的工具 4.3.2 调整相关字段的布局 4.3.3 数据汇总方式的修改 4.3.4 数据显示形式的修改 4.3.5 使用透视表筛选数据 4.3.6 在数据透视表中排序
- 4.4 数据透视表的编辑 4.4.1 数据透视表的数据更新 4.4.2 复制数据透视表的内容 4.4.3 移动数据透视表的位置 4.4.4 删除数据透视表的操作
- 4.5 数据透视表中的自定义计算与项目组合 4.5.1 通过自定义公式来计算提成金额 4.5.2 对销售日期项按月份进行组合 4.5.3 按照指定项目对销售费用进行组合
- 4.6 根据数据透视表来创建数据透视图
- 05 Excel在销售业绩与提成计算中的应用
- 5.1 相关基本数据表格的建立 5.1.1 建立“参数设置”工作表 5.1.2 建立“本月销售记录”工作表 5.1.3 建立计划完成情况动态图表
- 5.2 销售数据统计汇总与图表制作 5.2.1 按日期汇总销售数据并制作折线图 5.2.2 按商品名称做销售统计并绘制条形图 5.2.3 按销售员和销售日期交叉统计销售额
- 5.3 销售员本月业绩与提成的计算 5.3.1 确定本月销售员的业绩排行榜 5.3.2 按销售记录计算每笔交易的提成
- 5.4 销售员的提成汇总与图表分析 5.4.1 销售员提成核算表的建立 5.4.2 制作各销售员提成占总提成比例的饼图 5.4.3 制作销售员提成数据对比分析的棱锥图 5.4.4 调整棱锥图并使之与饼图组合成一体
- 5.5 季度销售奖评比及奖金核算 5.5.1 季度销售奖评比工作表框架的建立 5.5.2 通过链接获取第一季度累计销售额 5.5.3 利用公式确定季度奖的评比结果 5.5.4 利用公式核算获奖人员的奖励金额
- 06 Excel在代理商销售管理中的应用
- 6.1 制作代理商管理系统中的基本表格 6.1.1 制作销售代理申请表 6.1.2 制作代理商档案表并定义名称 6.1.3 制作产品明细表并定义名称
- 6.2 代理商发货与回款的活动记录 6.2.1 制作发货记录登记表 6.2.2 制作回款记录登记表
- 6.3 代理商发货与回款的汇总统计 6.3.1 利用数据透视表汇总发货数据 6.3.2 制作各产品发货金额的复合条饼图 6.3.3 制作各月份发货金额变动趋势折线图 6.3.4 使用SUMIF函数统计货款回收情况 6.3.5 制作年末未收款比例的排序条形图
- 6.4 代理商年终汇总数据的应用与处理 6.4.1 年终返利金额的结果计算 6.4.2 根据全年表现调整代理级别
- 6.5 创建代理商管理系统的导航界面 6.5.1 制作代理商管理系统的导航工作表 6.5.2 建立系统导航与相关工作表间的超级链接 6.5.3 隐藏工作表窗口中的相关组成元

素07 Excel在应收账款管理中的应用7.1 应收账款记录表的制作 7.1.1 创建相关基本参数表 7.1.2 创建应收账款记录表的基本框架 7.1.3 在应收账款记录表中编辑公式7.2 应收账款记录表的管理 7.2.1 用记录单维护应收账款数据记录 7.2.2 对应收账款进行多级排序操作 7.2.3 冻结应收账款记录表的首行标题7.3 应收账款金额的账龄分析 7.3.1 计算各笔交易的应收账款余额 7.3.2 通过筛选操作获取逾期账款清单 7.3.3 制作应收账款的账龄分析表 7.3.4 创建账龄分析的复合条饼图7.4 客户坏账准备金的统计分析 7.4.1 按记录计算客户的坏账准备金 7.4.2 按客户来汇总统计坏账准备金 7.4.3 创建客户坏账准备金的排序条形图08 Excel在市场预测分析中的应用8.1 图表趋势预测法 8.1.1 数据图表趋势线的添加方法 8.1.2 通过线性趋势线来预测销售数量 8.1.3 利用指数趋势线预测销售产值 8.1.4 通过其他类型趋势线进行预测8.2 时间序列预测法 8.2.1 运用移动平均法进行市场预测 8.2.2 运用指数平滑法进行市场预测 8.2.3 存在季节波动商品的市场预测8.3 回归分析预测法 8.3.1 应用一元线性回归法进行市场预测 8.3.2 多元线性回归法进行市场预测 8.3.3 非线性回归法进行市场预测8.4 相关函数预测法 8.4.1 拟合函数LINEST的应用 8.4.2 线性趋势函数TREND的应用 8.4.3 其他线性预测函数的介绍 8.4.4 指数曲线拟合函数LOGEST的应用 8.4.5 指数趋势函数GROWTH的应用8.5 常用定性预测法 8.5.1 利用德尔菲法来预测新产品的销售额 8.5.2 利用马尔克夫法预测产品的市场占有率09 Excel在营销决策分析中的应用9.1 通过建立决策模型进行营销决策 9.1.1 产品定价决策问题描述与解决的基本思路 9.1.2 构建销售利润最大化的产品定价决策模型 9.1.3 产品定价决策模型中有关变量的图表分析9.2 数据表在净利润敏感度分析中的应用 9.2.1 产品销售净利润值敏感度分析的问题描述 9.2.2 单因素敏感度分析：价格调整引起的利润变化 9.2.3 双因素敏感度分析：价格与数量同时变动引起的利润变化9.3 单变量求解在销售利润目标确定中的应用 9.3.1 单变量求解的主要功能与适用对象 9.3.2 单变量求解应用实例1：确定目标利润对应的销售收入 9.3.3 单变量求解应用实例2：确定新产品的保本销售量9.4 “规划求解”工具在多约束条件营销决策中的应用 9.4.1 规划问题的特点以及“规划求解”工具的组成 9.4.2 利用“规划求解”工具解决规划求解问题的流程 9.4.3 “规划求解”工具应用实例1：商品运输方案确定 9.4.4 “规划求解”工具应用实例2：快捷酒店网点布局9.5 Excel其他相关工具在营销决策中的应用 9.5.1 利用“方案管理器”甄选销售利润的增长方案 9.5.2 利用RANDBETWEEN随机函数模拟有奖销售抽奖 9.5.3 利用“抽样”分析工具模拟幸运客户的随机抽选附录1 全书实例索引附录2 本书光盘内容介绍

章节摘录

插图：数据输入与编辑操作1.1.1 常见类型数据的输入要点1. 数字的输入数字是数据表中最常用的数据类型。

对于数字的输入，需要注意以下几点内容：（1）当输入的数字超过12位时，将会自动地按照科学计数法显示数字。

（2）如果要输入负数（比如“-10”），既可输入“-10”，也可输入“（10）”。

（3）对身份证号、电话区号、邮政编码等不参与运算的数字，为保持其原貌，要设置为文本型数据输入。

如电话区号“022”，按数字输入会变成“22”；身份证号“410225197109089291”，按数字输入，则会变成“4.10225E+17”，这都不是操作者需要显示的效果；而将其设置为文本类型（方法见下面的“文本的输入”），则可解决上述问题。

2. 文本的输入输入文本型数据（包括汉字、字母及键盘能输入的符号）时，需要注意以下内容：（1）一个单元格最多可容纳的字符数是32000个，如果单元格宽度不够的话，默认情况下，它将覆盖掉右侧的单元格，但实际上它仍为本单元格的内容。

（2）默认情况下输入的文本显示在一行上，如果需要显示成多行文本，有两种方法：自动换行法：选中需要设置多行文本的单元格并右击，从快捷菜单中选择“设置单元格格式”选项，在弹出的“设置单元格格式”对话框中，选中“对齐”选项卡中的“自动换行”复选框，如图1-1所示；或者选中相关单元格后，单击“开始”“对齐方式”“自动换行”按钮，如图1-2所示。

编辑推荐

《Excel在市场营销与销售管理中的应用(附光盘1张)》：易学 权威实战专家、计算机专业硕士、信息管理学博士周贺来老师15年行业经验厚积薄发，把完整的Excel 2007基础知识与高端的应用案例完美结合。

实战 案例完全选自顶尖企业营销及销售管理部门的管理实践，140多个案例深度真实展示典型的行业应用场景，满足各类企业、不同销售与营销人员的工作需求。

实用 免费提供110多个销售与市场营销模板文件、6款功能快捷的Excel实用工具软件、16个典型的销售/营销管理文档，满足营销与销售管理的日常需要。

全面应对现代职场需求完美再现经典办公环境奉献140多个经典案例提供高效解决之道助您成为销售与营销管理Excel办公高手110多个销售与市场营销模板文件12大类Excel企业管理的应用模板6款功能快捷的Excel实用工具软件16个精心选取的销售/营销管理文档

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>