第一图书网, tushu007.com

<<销售经理实施方案>>

图书基本信息

书名：<<销售经理实施方案>>

13位ISBN编号：9787509600757

10位ISBN编号：7509600758

出版时间：2007-10

出版时间：经济管理

作者：宿春礼

页数：299

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

内容概要

很多销售经理总是在制定无数的计划，开数不完的会议，“辛苦”地拜访客户，“不厌其烦”地指导下属的工作。
但结果却是：客户感到无聊至极，下属觉得厌烦，销售额仍然没有上去……其原因当然不是销售经理不够努力。
而是采取的措施和手段不当。
鉴于此，我们编写了本书。
正所谓“书中乾坤大”，本书绝不是在泛泛地讨论销售经理应该做什么的问题，而是要讨论销售经理在管理过程中遇到的一些细节问题。
通过阅读本书，你可以掌握以下内容：　·在目标客户群的开发过程中应该注意什么问题；　·怎样制定并实施销售组合策略；　·如何处理销售中存在的冲突问题；　·怎样搞好与客户的关系等。
任何一本书都不能立刻把它本身的技巧转化成现实生产力，每一位成功人士都是通过实践提高自己的能力。
所以希望读者在阅读本书时，能结合自己的实际工作环境、自身状况等，真正领悟本书。
通过思考才能有所收益，思考过后的启发将大有裨益。
认真读过，深入思考之后，你会发现你的工作跟以往完全不同了。

<<销售经理实施方案>>

书籍目录

第一部分 目标客户群的开发　第一章　正确的市场分析　销售经理首先应该是趋势专家　细分目标市场，寻找目标客户　通过市场分析建立合适的渠道　通过客户寻找新的客户　第二章　重视目标客户的开发　和陌生人做朋友　不放弃未成交的客户　把潜在客户变为真正客户　善于巩固老客户，勇于拓展新客户　利用互联网开发客户　寻找电话那一端的客户　第三章　建立完善的客户档案　了解客户调查内容　认识客户购买商品的步骤　掌握调查问卷的设计　明确客户的种类　保证客户信息的安全性　建立完善的客户数据库第二部分　销售组合策略　第四章　公司的服务营销　有自己的服务品牌　应对难缠客户有方法　拒绝不合理的要求　与客户保持持久的联系　客服人员必知的说话术　服务差不多，结果差很多　优质的服务最关键　第五章　加强产品通道建设　明确网络营销渠道的形态和数量　处理好送货的时间问题　制定物资需求计划　密切关注货流状况　对理货员实施培训　严格依据销量进行供货　不可忽视的“赊销”现象　选择适合自己的渠道类型　认真建立销售报表　……第三部分　处理营销冲突第四部分　客户关系管理后记

<<销售经理实施方案>>

章节摘录

第一章 正确的市场分析： 销售经理首先应该是趋势专家： 随着市场经济的飞速发展，渠道管理者首先应辨明市场发展大趋势，然后再做出决策。

郑百文是20世纪90年代中国家电业的渠道狂龙。

其老总李富乾身在商战之都的郑州，带领一个小小的传统百货文具批发站，抓住了家电业的黄金时机，创造性地将厂（长虹等企业）、银（河南省建行）和经销商三方的利益连接起来，仅1998年一年就创造了上百亿的销售业绩。

这个数字曾是国美、苏宁所致力追求的目标，郑百文创造了中国市场经济转型时期大分销渠道的奇迹。

而此时的长虹也充分利用郑百文等几家客户，不管是在淡季还是旺季，像抽水机一样，把市场上商家的水几乎抽干，让许多与长虹渠道重复的主流渠道厂家吃尽苦头。

然而，当长虹和郑百文一起沉浸在胜利的喜悦之中时，却没有看见一个新的消费趋势的到来，这为它们日后的溃败埋下了伏笔。

1998年，济南8家商场共同拒售长虹的恶性事件，成为中国渠道变革的一个分水岭。

这是渠道由原先的大分销时代开始向二级市场和三级市场“精耕细作”转移的开始，而郑百文和长虹显然都没有看到这个深刻变化的趋势。

因此，后来郑百文覆灭，也使长虹在战略上变得被动。

正是由于没有看到家电销售渠道趋势的必然性，郑百文才从鼎盛争剧下坠。

而此时在北京的新街口，一个叫黄光裕的年轻人，开了一间名叫“国美”的采电专卖店，所销售的彩电要比大型百货商场上同一商品的价格便宜，并且送货上门，服务态度也特别好。

编辑推荐

做卓越销售经理，成就非凡销售业绩· 在当今的企业里，平凡的销售经理比比皆是，而卓越的销售经理则如凤毛麟角般难得一见。
如何做好一名销售经理，这是一个值得我们大家思考的问题。
为广大销售经理解决管理中的细节问题，在目标客户群的开发过程中应该注意什么问题·怎样制定并实施销售组合策略·如何处理销售中存在的冲突问题·怎样搞好与客户的关系等。

第一图书网, tushu007.com

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