

<<销售主管实用手册>>

图书基本信息

书名：<<销售主管实用手册>>

13位ISBN编号：9787509604014

10位ISBN编号：750960401X

出版时间：2009-1

出版时间：经济管理

作者：李笑

页数：1002

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>

<<销售主管实用手册>>

内容概要

销售是企业生存与发展的重要因素，它关系到企业的生死存亡。

而销售主管在其中的作用是举足轻重的。

销售主管既是一个战略家、销售大师，也是联系销售队伍与公司管理层的纽带。

由于销售市场千变万化，销售主管必然面临许多挑战。

那么，如何处理好这些挑战，从而把挑战变成个人成功的机遇，最终成为优秀的销售主管，这是销售主管认真对待的一个难题。

为此，编者编写了这部《销售主管实用手册》，本书定位于销售主管人群，目的在于告诉销售主管相关的知识，使其更好地掌握销售业务和销售管理，更好地发挥潜能，带好销售队伍，创造业绩，为企业服务，从而使个人得到提升。

本书是销售主管的良师益友，是销售主管提高其业绩及个人能力的最佳读本。

<<销售主管实用手册>>

书籍目录

第一章 销售主管的职责及任务 第一节 销售主管的职责 第二节 销售主管岗位工作说明书第二章 销售主管的素质修养 第一节 基本素质修养 第二节 业务素质修养 第三节 心理素质修养 第四节 知识素质修养 第五节 综合素质修养第三章 销售主管的日常工作 第一节 销售计划的制定 第二节 销售人员的领导 第三节 销售定额与目标的管理 第四节 销售行业的规范第四章 销售主管的领导艺术 第一节 销售主管权威的树立 第二节 销售主管权力的掌控 第三节 销售主管有效领导方式 第四节 销售主管管理方法与技巧第五章 销售主管的时间管理 第一节 时间管理概述 第二节 时间管理的程序 第三节 时间管理的重点 第四节 时间管理中的注意事项第六章 销售主管的自我管理 第一节 销售主管的类型 第二节 销售主管的个人要求 第三节 销售主管的自检 第四节 销售主管工作中的误区及对策第七章 招聘与培训 第一节 招聘概述 第二节 候选人的来源 第三节 测试 第四节 面试 第五节 招聘制度与表格 第六节 培训 第七节 培训制度与表格第八章 激励与指导 第一节 激励概述 第二节 激励程序及方法 第三节 激励注意事项 第四节 销售指导第九章 目标管理 第一节 目标管理概述 第二节 目标管理程序 第三节 目标销售额的执行与分配第十章 绩效管理 第一节 绩效管理概述 第二节 制定绩效计划 第三节 实施绩效指导 第四节 绩效考核与评估 第五节 绩效反馈 第六节 绩效结果应用 第七节 绩效考核制度与表格第十一章 薪酬管理 第一节 薪酬管理概述 第二节 薪酬设计 第三节 薪酬预算 第四节 薪酬沟通与制定 第五节 薪酬制度与表格第十二章 团队管理 第一节 团队组织 第二节 团队精神 第三节 团队领导第十三章 销售人员行动管理 第一节 销售会议 第二节 销售人员的时间管理 第三节 销售人员行动管理第十四章 销售组织建设 第一节 销售组织概述 第二节 销售组织设计原则 第三节 销售组织部署与完善第十五章 销售计划 第一节 销售计划概述 第二节 制定销售计划 第三节 选择销售计划的方法 第四节 销售计划的具体实施第十六章 销售预测 第一节 销售预测概述 第二节 销售预测过程与模式 第三节 销售预测方法 第四节 销售预测范例第十七章 预算与成本 第一节 销售预算概述 第二节 销售预算内容 第三节 确定销售预算水平的方法 第四节 预算编制方法 第五节 销售成本的控制第十八章 客户管理 第一节 客户管理概述 第二节 寻找潜在客户 第三节 拜会客户 第四节 销售陈述 第五节 客户服务管理 第六节 客户管理制度与表格第十九章 销售物流 第一节 销售物流概述 第二节 销售配送管理 第三节 销售终端管理 第四节 销售物流组织与控制第二十章 销售渠道 第一节 销售渠道概述 第二节 销售渠道建设 第三节 销售渠道管理 第四节 销售渠道问题的解决第二十一章 销售指标 第一节 销售指标概述 第二节 销售费用指标 第三节 销售量或销售额指标 第四节 顾客满意度指标 第五节 品牌价值指标 第六节 销售指标评估第二十二章 销售价格 第一节 流通价格 第二节 价格术语和合同价格条款 第三节 价格风险防范与窜货管理 第四节 定价的程序与管理第二十三章 销售合同 第一节 销售合同概述 第二节 销售合同的签订与履行 第三节 销售合同的担保、变更和解除 第四节 销售合同违约责任的处理 第五节 销售合同风险排查及管理第二十四章 人际关系 第一节 销售形象的塑造 第二节 身体语言的运用 第三节 空间距离的把握第二十五章 语言沟通 第一节 销售提问 第二节 销售会谈 第三节 销售倾听 第四节 销售拒绝 第五节 销售沟通反馈第二十六章 销售谈判 第一节 销售谈判前的准备 第二节 销售谈判点 第三节 销售谈判技能 第四节 达成销售协议的策略第二十七章 营销策略 第一节 商业促销 第二节 公共关系 第三节 营销方式第二十八章 销售货款 第一节 货款结算 第二节 信用政策 第三节 账款的管理和控制 第四节 拖欠款清收 第五节 销售货款管理制度与表格第二十九章 售后服务 第一节 售后服务概述 第二节 售后服务管理 第三节 销售退货管理 第四节 退货管理制度 第五节 售后服务制度及表格参考文献

章节摘录

插图：3．确定最恰当的时间“主管，我还要回去与一个重要的客户见面，您看能不能谈得稍微快点

。”很多主管在进行面谈时，常常会遇到类似的情景，为什么会这样呢？

主要是因为考核面谈的时间确定得不恰当，管理者总是一相情愿地根据自己的情况来确定时间，从不考虑员工的情况。

但是面谈是个双向沟通的过程，应找个双方都比较方便的时间来进行。

(1) 选择管理者和员工都空闲的时间。

如果在面谈时间又安排了其他事情，在面谈时就很难集中注意力。

(2) 尽量不要选择接近下班的时间。

因为在此段时间，员工通常归心似箭。

(3) 管理者应选一个自己可以全身心投入到面谈中的时间段。

这段时间忘却其他工作。

(4) 由管理者提出的时间要征得员工的同意。

这样做一方面能使员工感到被尊重；另一方面可以确认员工在这段时间是否有其他的安排。

(5) 计划好面谈将要花费多长时间，这样有利于安排好手头的工作，给绩效面谈留下足够的时间，也可以对绩效面谈的时间有个总体的把握。

4．选定和布置面谈的场所为了更有效地进行面谈，就必须选择一个最佳的场所。

最理想的面谈地点是在中立性的地方，是远离办公室的中间地方，特别要远离电话。

还有一点需要提醒你：办公室的门要关好，不要让别人看到里面进行的面谈过程。

要进行有效地面谈，仅仅选择最佳的场所还远远不够。

场所的布置尤其是桌椅的摆放对面谈双方，尤其是对下属的心理影响是不容忽视的。

距离太远，沟通双方无法清晰地获得信息；距离太近，又会使对方感到私人的领域受到侵犯，造成一种压抑感。

<<销售主管实用手册>>

编辑推荐

《销售主管:实用手册》是销售主管的良师益友，是销售主管提高其业绩及个人能力的最佳读本。

<<销售主管实用手册>>

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>