

<<销售经理成长同步指引>>

图书基本信息

书名：<<销售经理成长同步指引>>

13位ISBN编号：9787545409291

10位ISBN编号：7545409299

出版时间：2011-9

出版时间：广东经济

作者：滕宝红 编

页数：281

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>

<<销售经理成长同步指引>>

内容概要

“成功经理人工作手册”丛书针对经理们只能边工作边学习的特点，将学习时间周期设定为半年，每个月又划分为四周，每周有一个学习的主题。

读者可以按书本的顺序按部就班地一周接一周、一个主题接一个主题地往下阅读，也可以根据自己的需要自由地拣选某一周、某一主题进行阅读。

“好记性不如烂笔头”，边学边记，勤动脑，多动手，把每天的所见所闻和书中的知识结合起来，理论联系实际，才能成为一名优秀的、出色的管理者。

因此，为了方便读者做笔记，《销售经理成长同步指引》在一些重要的、需要读者与工作相结合进行思考的地方，设计了一些空白的记录表。

请不要将这些表格忽略，要认真投入思考并记录下来，这绝对会有助于各方面能力的提升。

<<销售经理成长同步指引>>

书籍目录

- 第一个月 进入角色
 - 第一周 为什么是我
 - 销售经理的条件
 - 销售经理的职责
 - 销售经理的权力
 - 第二周 认识销售和销售管理
 - 什么是销售
 - 什么是销售管理
 - 第三周 认识我的部门
 - 销售部职责
 - 销售部在企业的地位
 - 销售部的工作流程
 - 第四周 我与我的团队
 - 销售经理的下属构成
 - 下属岗位的人员设置
 - 各岗位的职业说明
- 第二个月 我的工作是管理
 - 第一周 下指示与汇报工作
 - 汇报工作与听取汇报
 - 下达指示
 - 第二周 主持会议与参加会议
 - 会议的种类
 - 主持会议的技巧
 - 参加会议的技巧
 - 第三周 沟通, 架起成功的桥梁
 - 沟通的方式
 - 沟通是双向的过程
 - 沟通的7C原则
 - 沟通的技巧
 - 销售经理的垂直沟通
 - 销售经理的水平沟通
 - 现在开始提升沟通能力
 - 第四周 赢得下属, 等于成功
 - 我是哪一类型的管理者
 - 掌握下属
 - 激励下属
 - 指责下属要有技巧
- 第三个月 营销规划与控制
 - 第一周 销售计划制订
 - 销售计划的制订依据
 - 销售计划的主要内容
 - 制订销售计划的准备工作
 - 制订销售计划的步骤
 - 销售计划的跟踪和控制系统
 - 第二周 销售渠道的设计、选择与管理

<<销售经理成长同步指引>>

销售渠道的概念

销售渠道的设计

经销商的选择

销售渠道冲突的处理

第三周 运用广告来营销

设计主题鲜明的广告

选择合适的广告媒体

广告预算设定与分配

广告公司选择

第四周 促销策划与管理

促销的对象

促销的常用工具

促销活动的预算

促销活动执行的控制

促销档案的管理

第四个月 营销团队管理

第一周 创建销售团队

如何招聘与筛选人才

加强对新人的培养与教育

中途接管团队如何进入状态

如何改造落后的销售团队

.....

第五个月 客户管理

第六个月 销售活动全程控制

<<销售经理成长同步指引>>

章节摘录

做好大客户的管理，灵活的策略是必不可少的，当然策略的运用和选择又是根据企业的实际而定的，但是，在做好大客户的管理时，以下几点是最为通用和基本的：让大客户参与管理在企业开展重大的技术或管理活动时，邀请大客户参与和见证活动过程：一方面，使大客户能够从自己的立场对企业提出要求，让企业一开始就将这种要求考虑到自己的产品中去，这样的产品面市后不太可能遭到客户拒绝；另一方面，使大客户感受到一种尊重和关怀，这种感受将换来长久的忠诚。

优先保证大客户的货源充足 大客户的销售量较大，优先满足大客户对产品的数量及系列化的要求。

尤其是在销售上存在淡旺季的产品，要随时了解大客户的销售与库存情况，及时与大客户就市场发展趋势、合理的库存量及客户在销售旺季的需货量进行商讨，在销售旺季到来之前，协调好生产及运输等部门，保证大客户在旺季的货源需求，避免出现因货物断档导致客户不满的情况。

充分调动大客户中的一切与销售相关的因素 客户中的中上层主管掌握着产品的进货与否和货款的支付大权，处理好与他们的关系固然重要，但产品是否能够销售到消费者手中，却与基层的工作人员有着更直接的关系，特别是对一些技术性较强、使用复杂的大件商品，企业更要及时组织对客户基层人员的产品培训工作，或督促、监督销售人员加强这方面的工作。

充分调动大客户中的一切与销售相关的因素，是提高大客户销售量的一个重要因素。

新产品的试销应首先在大客户之间进行 大客户在对一个产品有了良好的销售业绩之后，在它所在的地区对该产品的销售也就有了较强的商业影响力。

新产品在大客户之间的试销，对于收集客户及消费者对新产品的意见和建议，具有较强的代表性和良好的时效性，便于制造商及时作出决策。

.....

<<销售经理成长同步指引>>

编辑推荐

“图析管理+管理方法+学习重点+学习心得” 作为一本部门经理的自修工具书，它将一步一步带领你、教会你、指引你，学会管理，走向成功。
作为部门经理，在管理自己部门、团队时，都要讲究工作方法、技巧，做好笔记，定期检视。

<<销售经理成长同步指引>>

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>