第一图书网, tushu007.com

<<销售管理>>

图书基本信息

书名：<<销售管理>>

13位ISBN编号：9787563813339

10位ISBN编号：7563813330

出版时间：2006-7

出版时间：首都经济贸易大学出版社

作者：李先国

页数：403

字数：499000

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

销售管理是市场营销管理的一门分支学科，研究企业销售及其管理活动过程的规律和策略。
销售管理课程是市场营销专业学生必修的专业主干核心课程。
笔者十几年来一直从事销售管理方面的教学与研究，试图建立适合市场营销专业学生以及企业实践和培训所需要的销售管理教材的框架体系。
本书的出版，希望能对销售管理研究体系的建立与教材的建设做出一点贡献。
　本书共分三篇，按照先后顺序，由理论到实践，从销售规划管理、销售人员管理以及销售实务管理对销售管理工作的各环节进行详细论述。
本书是市场营销和工商管理专业学生、MBA营销研究方向学生、销售部经理、市场部经理、企业管理人士及对销售管理有兴趣的有识之士的理想读物，也可作为企业营销人员、中高层管理人员的专业培训教材。

<<销售管理>>

书籍目录

绪论第一篇 销售规划管理　第一章 销售计划　　第一节 销售计划的内容　　第二节 销售预测　　第三节 销售配额　　第四节 销售预算　第二章 销售区域设计　　第一节 划分销售区域　　第二节 销售组织结构设计　　第三节 销售区域战略开发　　第四节 销售区域的时间管理　第三章 促销组合设计　　第一节 促销组合概述　　第二节 广告促销设计　　第三节 公共宣传策划　　第四节 直复营销设计　第四章 销售促进　　第一节 销售促进概述　　第二节 销售促进决策　　第三节 销售促进策略第二篇 销售人员管理　第五章 销售人员的选拔　　第一节 销售人员战略规划　　第二节 销售人员的招聘　　第三节 销售人员的遴选　第六章 销售人员的培训　　第一节 销售人员培训计划　　第二节 销售环境分析　　第三节 顾客分析　　第四节 销售活动分析　　第五节 成功销售人员的特质　第七章 销售人员的激励　　第一节 激励理论　　第二节 销售竞赛激励　　第三节 不同类型销售人员的激励　第八章 销售人员的考核　　第一节 销售人员的绩效考核　　第二节 销售人员的薪酬制度第三篇 销售实务管理　第九章 客户开发管理　　第一节 客户关系管理概述　　第二节 分析与筛选客户　　第三节 开发新客户　　第四节 处理客户异议　第十章 商务洽谈管理　　第一节 开局阶段　　第二节 报价阶段　　第三节 磋商阶段　　第四节 成交阶段　第十一章 销售终端管理　　第一节 货品管理　　第二节 终端管理　　第三节 窜货管理　第十二章 客户信用管理　　第一节 信用管理概述　　第二节 制定信用政策　　第三节 客户资信管理　　第四节 应收账款管理　第十三章 客户服务管理　　第一节 客户服务概述　　第二节 客户服务的内容　　第三节 服务质量评价与监控　　第四节 服务理念与提高服务质量　　第五节 客户投诉管理　第十四章 交叉销售管理　　第一节 交叉销售概述　　第二节 客户分类发展战略　　第三节 交叉销售载体　　第四节 交叉销售策略　　第五节 交叉销售的发展动向主要参考文献

章节摘录

第一章　销售计划　　第一节　销售计划的内容　　销售管理首先从销售计划开始，销售管理过程就是销售计划的制定、实施和评价过程。

不仅大型企业要制定销售计划，任何一个企业的销售活动都离不开销售计划的指导和控制。

制定务实、可行的销售计划的能力能够最真实地反映企业的营销管理水平。

但是，很多企业在制定销售计划时缺乏科学的运作模式，表现出较大的随意性。

这种现象一方面可能导致计划难以实现，另一方面可能会掩盖问题或丧失机会。

很多企业，尤其是中小企业的销售计划一般是粗略的，并且缺乏连续性，这将不利于企业的持续发展。

市场瞬息万变，为了抵御市场变化带来的波动，最为可行的办法是加强企业自己的计划性，企业的营运过程应该严格置于周密的计划管理之下。

计划是管理的起点，没有完善的计划，管理工作就无从谈起。

一般来讲，销售计划分年度、季度、月度计划。

做计划一定要切实可行，有人做过一个形象的比喻——跳起来摘桃，即各计划执行部门必须经过较大努力才能达到。

计划做的太高了，执行部门无论如何也达不到，这样的计划也就没有什么意义了。

做完计划后，必须将计划分解到每一个区域，每一个分公司、每一个经销商，一些管理比较精细的国产品牌能将A类零售店的销量计划分解出来。

公司销售管理部门要对计划落实情况进行跟踪，如果实际完成量达不到计划量，各销售管理部门就要分析原因，通过促销价格调整等手段，使实际销量达到计划量，如果实际销量还是达不到，就必须调整销售计划。

……

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