

<<销售过程控制>>

图书基本信息

书名：<<销售过程控制>>

13位ISBN编号：9787122139474

10位ISBN编号：7122139476

出版时间：2012-7

出版时间：化学工业出版社

作者：张友林 编

页数：207

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>

<<销售过程控制>>

内容概要

本书首先对销售过程控制进行了整体分析，然后详细介绍了客户管理、沟通技巧、账款回收三方面内容。

书中穿插了大量的示例、图表，使用者可根据实际情况修改使用。

本书涵盖销售管理的多个方面，实用性强，可供制造业、服务业、商业、政府部门、教育机构的管理者、操作者，以及新入职的大中专毕业生，有志于从事销售管理的人士学习参考。

<<销售过程控制>>

作者简介

张友林，资深咨询师、培训师，ICTI注册咨询师、5S推行专家。

曾担任品保主管、资材经理、总经理助理、董事长助理、人力资源部总监、副总、总经理等职务。

成功辅导过日资、美资、台资、港资、民营企业数百家之多。

主讲课程有：，E技法提升生产效率、多技能员工培养体系、多批少量生产方式实务、微利时代的精细化现场管理、TWI出班组长训练、生产效率，陕速提升1法、挑战8和9后管理、赢在中层、高效部门沟通协调、ISO系列培训、3天打造优秀干部、TP5精益生产等。

<<销售过程控制>>

书籍目录

导读销售过程控制分析

- 一、客户管理2
- 二、沟通技巧3
- 三、账款回收4

第章销售过程控制:客户管理

第一节经销商考察开发 8

- 一、寻找经销商渠道8
- 二、营销意识考察10
- 三、实力认证12
- 四、市场能力考察12
- 五、管理能力考察12
- 六、口碑考察13
- 七、合作意愿考察13

第二节客户信息管理 14

- 一、客户信息搜集14
- 二、客户信息整理21
- 三、客户资料归档26
- 四、开发设计客户信息数据27
- 五、建立客户信息库28
- 六、客户信息数据库管理和维护29
- 七、客户信息保密29

第三节大客户管理 31

- 一、了解何为大客户32
- 二、识别与筛选大客户32
- 三、大客户管理与服务安排37
- 四、大客户管理策略40
- 五、如何防止大客户叛离42

第四节网络客户服务 43

- 一、网络客户服务过程44
- 二、网络客户服务关键事项44
- 三、解答客户常见问题45
- 四、利用好电子邮件47
- 五、利用公共电子论坛48
- 六、其他客户服务支持工具48

第五节客户关系维护 49

- 一、提供满意的售后服务49
- 二、积极应对客户投诉50
- 三、开展客户满意度调查53
- 四、找回流失客户56

学习笔记本58

第章销售过程控制:沟通技巧

第一节礼仪沟通 60

- 一、称呼礼仪60
- 二、寒暄问候礼仪61
- 三、介绍礼仪62

<<销售过程控制>>

- 四、握手礼仪63
- 五、名片礼仪64
- 六、拜访礼仪65
- 七、接待礼仪66
- 八、饭桌礼仪68
- 九、仪表仪态69
- 第二节电话、网络沟通 72
 - 一、电话沟通72
 - 二、电子邮件75
 - 三、使用MSN沟通78
 - 四、使用QQ沟通80
- 第三节面对面沟通 81
 - 一、客户预约81
 - 二、客户拜访83
 - 三、来访客户接待84
- 第四节销售谈判 85
 - 一、与客户谈判准备工作85
 - 二、学会产品介绍87
 - 三、产品如何报价88
 - 四、随时化解客户异议89
 - 五、销售谈判策略93
 - 六、销售谈判答复技巧96
- 第五节与其他公司不同人群沟通 100
 - 一、怎样与老总沟通100
 - 二、寻找采购经理兴趣103
 - 三、用有力事实刺激采购主管103
 - 四、必须重视采购人员104
 - 五、不可忽视其他相关人员104
- 第六节与本公司不同人群沟通 105
 - 一、销售经理垂直沟通105
 - 二、销售经理水平沟通107
- 第七节沟通环节 110
 - 一、有效表达110
 - 二、有效倾听113
 - 三、有效反馈115
- 学习笔记116
- 第章销售过程控制:账款回收
 - 第一节了解基本财务知识 118
 - 一、常见的支付、结算手段118
 - 二、与销售相关的财务术语119
 - 三、发票开具及管理121
 - 四、费用报销123
 - 五、进口费用测算控制124
 - 六、出口费用内容测算125
 - 第二节销售收款工作流程 127
 - 一、做好收款准备127
 - 二、收款作业129

<<销售过程控制>>

- 三、做好收款后工作130
- 第三节账款回收难原因 131
 - 一、管理不到位131
 - 二、销售人员自身问题134
 - 三、客户方面问题134
 - 四、品牌乏力135
 - 五、销售不佳135
 - 六、轻易许诺135
 - 七、协调不周135
 - 八、白条现象135
- 第四节加强客户监管 136
 - 一、建立完善客户开发制度136
 - 二、对已合作客户的监管142
 - 三、发现信用风险控制措施143
- 第五节销售财务监管 145
 - 一、做好合同评审工作145
 - 二、定期财务对账148
 - 三、减少赊销、代销运作方式149
 - 四、制定合理的激励政策149
 - 五、建立信用评定、审核制度151
- 第六节销售人员监管 151
 - 一、加强销售人员的原则性151
 - 二、加强销售人员回款意识151
 - 三、加强销售人员终端管理、维护能力152
 - 四、提高销售人员追款技巧152
 - 五、及时了解销售人员回款情况152
 - 六、做好销售回款跟踪管理153
 - 七、货款拖欠日久行动升级方法154
 - 八、及时处理变更客户订单154
- 第七节拖欠账款客户应对 155
 - 一、巧妙应对客户拖欠账款借口156
 - 二、利用客户心理收回账款159
 - 三、不同类型客户催讨160
 - 四、不同类型企业催讨162
 - 五、货款催收常用方法162
- 第八节账款催收要点 164
 - 一、把握好时机164
 - 二、掌握好时间164
 - 三、胸有成竹165
 - 四、有礼有节165
 - 五、不同时期催讨函165
- 学习笔记168
- 参考文献

<<销售过程控制>>

章节摘录

版权页：插图：（三）销售部与财务部沟通在公司中，销售部是赚钱的部门，财务部是管钱的部门，财务部不仅要管控客户的回款，还要控管销售部门的费用支出。

销售收入是流动资金的重要来源，财务部要配合销售部做好收款业务、催款业务、商务审核。

财务分析是营销决策的重要依据，财务部要向销售部定期提供有关财务分析报告、销售费用分析、销售利润分析、产品结构分析等。

预算控制是降低销售费用的重要手段，这也是财务部与销售部信息沟通的核心所在。

（四）销售部与生产部沟通销量的指标并非取决于产能，而产量的指标却来源于销售，即根据销售计划制定生产排程。

公司每月要定期召开产销协调会，请生产部门主管参与讨论产、销目标，形成定案。

产销目标审批后，以书面方式（公文）下达到生产单位。

月产销目标表在产销计划执行过程中，由营销副总经理进行产销控制与协调。

（五）销售部与研发部沟通销售部要将营销信息及新产品开发建议，以公文的方式不定期传给研发部门。

研发部人员可携同销售部人员（或市场部人员）考察市场，直接掌握市场需求信息。

研发部人员还可与销售部召开“产品开发讨论会”，共同研讨解决产品的改善与开发事宜。

研发部人员可将试制出来的产品通过销售部做“市场试消费”，将信息反馈回来，不断改进直至产品定型上市。

（六）销售部与仓储中心沟通仓储提供准确数量的货物，提供保证质量的成品。

成品的安全库存是以产销会的销售目标为依据而进行定期变化的。

在营销运作中，随着市场需求的变化，销售部要以公文的方式协调产品的安全库存量标准，仓储中心要将每日的出库量以日报表方式抄送销售部，以作为产销控制的信息来源。

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>