

<<销售管理>>

图书基本信息

书名：<<销售管理>>

13位ISBN编号：9787300056302

10位ISBN编号：730005630X

出版时间：2004-7

出版时间：中国人民大学出版社

作者：李先国 编

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>

## &lt;&lt;销售管理&gt;&gt;

## 内容概要

销售管理是研究企业销售及其管理活动过程的规律及其策略的学科，是市场营销管理的一门分支学科。作为课程，它是市场营销专业学生必修的专业主干核心课程之一。

全书共分四篇，以销售经理的职责与功能为主线，从销售规划管理、销售对象管理、销售人员管理和销售过程管理对销售管理工作行详细论述。

第1篇是“销售规划管理”。

销售经理的首要任务应该是对企业的销售业务通盘考虑，进行销售业务规划。

这部分主要从销售计划管理、销售区域管理、销售渠道建设、促销策划、销售促进、货品管理等六个方面予以阐述，包括第1~第6章。

第2篇是“销售对象管理”。

这里的销售对象是指客户，客户逐渐被认为是企业核心资源的重要组成部分，客户管理越来越被企业所重视，客户管理理论近年来也得到了较快发展，故而《销售管理(附光盘)》将其独立成篇，以引起足够重视。

这部分主要论述客户关系管理、信用销售管理、客户服务管理、中间商客户管理，包括第7~第10章。

第3篇是“销售人员管理”。

销售人员是企业与客户之间的桥梁，优秀的销售人员能识别和解决客户的疑难，建立与客户之间的良好关系。

销售队伍建设与管理是企业销售经理的主要职责之一。

这部分主要阐述销售队伍建设、销售人员的招募与培训、销售人员的激励与指导、销售人员的考评与报酬，包括第11~第14章。

第4篇是“销售过程管理”。

企业销售经理有时需要身先士卒，有时需要运筹帷幄，这都要求销售经理对销售过程的步骤与基本策略了如指掌。

这部分主要从销售准备、访问顾客、处理异议、促成交易等方面予以阐述，包括第15~第18章。

《销售管理(附光盘)》是市场营销专业学生、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(附光盘)》配有教学课件，以备教师教学之需。

#### 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>