

<<销售管理>>

图书基本信息

书名：<<销售管理>>

13位ISBN编号：9787300138596

10位ISBN编号：7300138594

出版时间：2011-6

出版时间：中国人民大学出版社

作者：李先国 编

页数：266

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>

## <<销售管理>>

### 内容概要

《销售管理(全国高等教育自学考试中小企业经营管理专业指定教材)》系统全面介绍了销售管理相关知识,本套教材实用性强,适用面广,涵盖了中小企业管理诸多方面。无论是处于创业、成长、成熟等不同阶段的中小企业经理人,还是处在不同管理岗位的中小企业经营管理者,都能通过本套教材全面系统地学习,掌握现代中小企业经营管理的基础知识和基本技能,具备管理不同发展阶段企业的能力和素质。

## &lt;&lt;销售管理&gt;&gt;

## 书籍目录

- 第1章 制订销售计划
  - 1.1 销售计划体系
  - 1.2 销售预测
  - 1.3 销售定额
  - 1.4 销售预算
- 第2章 划分销售区域
  - 2.1 设计销售区域
  - 2.2 建立销售组织
  - 2.3 销售费用管理
  - 2.4 销售时间管理
- 第3章 建立销售渠道
  - 3.1 设计渠道体系
  - 3.2 选择渠道成员
  - 3.3 渠道冲突管理
- 第4章 设计促销方案
  - 4.1 销售促进概述
  - 4.2 销售促进决策
  - 4.3 销售促进策略
- 第5章 建设销售团队
  - 5.1 销售人员的职责与素质要求
  - 5.2 招聘销售人员
  - 5.3 培训销售人员
  - 5.4 激励销售人员
- 第6章 销售过程管理
  - 6.1 寻找客户
  - 6.2 拜访客户
  - 6.3 介绍产品
  - 6.4 处理异议
  - 6.5 建议成交
- 第7章 销售末端管理
  - 7.1 货品管理
  - 7.2 终端管理
  - 7.3 窜货管理
- 第8章 客户服务管理
  - 8.1 客户服务概述
  - 8.2 服务质量管理
  - 8.3 客户投诉管理
  - 8.4 客户忠诚管理
- 第9章 客户关系管理
  - 9.1 建立客户关系
  - 9.2 挖掘客户价值
  - 9.3 管理重点客户
- 第10章 评估销售绩效
  - 10.1 分析销售活动
  - 10.2 考核销售业绩

<<销售管理>>

10.3 建立薪酬制度

后记

附 销售管理考试大纲

.课程性质与课程目标

.能力目标与实施要求

.考试内容与考核标准

## 章节摘录

(3) 系列产品集中陈列, 其目的是增加系列产品的陈列效果, 使系列产品能一目了然地呈现在消费者面前, 让他们看到并了解企业的所有产品, 进而吸引消费者的注意力, 刺激他们的冲动性购买。

此外也可以通过集中陈列系列产品中的强势产品, 带动系列产品中比较弱势的产品, 以便培养明日之星, 因为系列产品集中陈列能够造成一股气势, 有助于带动整体销售。

(4) 争取人流较多的陈列位置。

在卖点, 推销员一定要观察客户的移动路线, 并将产品尽量摆放在消费者经常走动的地方, 如端架、靠近人口的转角处等。

一般而言, 看到产品的人越多, 产品被购买的几率就越大。

若放在偏僻的角落里, 产品不易被消费者看到, 销路也就不会好。

推销员一定要争取最好的陈列空间。

(5) 把产品放到客户举手可得的货架位置上。

要吸引人们前来购买, 推销员必须按照消费者的身高, 把商品摆在与他们视线平行、抬手可得的地方, 太高或太低的陈列位置, 都会造成购买障碍。

如以儿童为目标市场, 商品应摆放在货架低层甚至地上。

也就是说, 陈列高度应视目标消费者而异, 以便于他们选购。

(6) 经常保持商品价值。

在陈列的过程中, 除了要保持产品本身的清洁外, 还必须随时更换商店中损坏品、瑕疵品和到期品。如有滞销品, 应想办法处理, 不能任其蒙尘, 这样会有损品牌形象。

将产品的正面朝向客户, 排列整齐, 避免缺货, 随时保持货架干净, 也是维持产品价值的基本方法。

总之, 就是要让产品以最好的面貌(整齐、清洁、新鲜)面对消费者, 以保持产品的价值。

.....

<<销售管理>>

编辑推荐

《全国高等教育自学考试中小企业经营管理专业指定教材：销售管理》国家中小企业银河培训工程推荐教材，全国中小企业经理人证书考试、全国高等教育自学考试中小企业经营管理专业指定教材。

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>