<<销售管理>>

图书基本信息

书名：<<销售管理>>

13位ISBN编号：9787500568636

10位ISBN编号：7500568630

出版时间：2004-2

出版时间：中国财政经济出版社

作者：约翰斯顿

译者：黄漫宇,符大海

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>

前言

这是现代销售管理方面一本可读性、实用性很强的好书。

本书适合作为销售管理类课程的专业教材，供营销专业、企业管理专业的高年级本科生和研究生以及MBA、EMBA使用，同时也适合作为参考读物或培训教材，供企业的销售主管、销售经理、区域经理以及人力资源主管等人士使用。

本书自第1版问世以来，在美国多次进入畅销书行列，作者紧密跟踪营销管理的最新动态，曾先后改版6次，第7版是由马克·W·约翰斯顿等人继承其精华，结合最新的研究成果所创作。

鉴于本书作者对营销理论与营销实践研究的重要贡献，他们先后荣获《营销学研究》杂志所颁发的O'Dell奖与《营销学》杂志所颁发的Maynard奖金。

最..

<<销售管理>>

内容概要

《销售管理》(第7版)在当今竞争激烈的市场环境下,企业必须积极寻求战略性的方法,对销售团队进行有效管理,以保证企业经营目标得以实现。

拥有一支高效的销售团队是众多成功企业的共性。

《销售管理》(第7版)是美国本土销售管理领域的权威教材,自从20多年前邱吉尔、福特、沃克第一次出版《销售管理》以来,《销售管理》(第7版)就被视为业内最好的教材之一。

第7版的两位新作者在保持前面数版的优势的同时,将真实世界中销售团队管理的“最好”方法与前沿理论和经验研究完美的结合在一起。

作者简介

马克·W·约翰斯顿博士 他是格里基金会的营销学和伦理学教授，1986年在得克萨斯州的A&M大学获得营销学博士学位，任职于佛罗里达州温特帕克市罗林斯学院的Roy E.Crummer商业管理学院。他在《营销研究》、《应用心理学》、《人员销售和 sales 管理》、《商业研究》等多种专业杂志上发表文章。

格雷格·W·马歇尔博士 他是俄克拉何马州州立大学的营销学副教授，于俄克拉何马州州立大学获得营销学博士学位。

他在销售管理领域是一个活跃的研究者，已经在各种营销类杂志上发表了20余篇相关文章，并且为《营销科学》、《商业研究》等杂志的编审委员会工作。

同时当选为美国营销学会学术分部的会长。

<<销售管理>>

书籍目录

前言 第1章 销售管理与销售环境概况 第一部分 销售程序的形成 第2章 买卖的过程 第3章 在客户关系管理时代战略和销售角色的接合 第4章 组织销售团队 第5章 信息在销售管理中的战略地位 第一部分的综合案例 第二部分 销售程序的执行 第6章 销售人员业绩：行为、角色理解以及满足感 第7章 销售人员业绩：激励销售团队 第8章 个性特征和销售才能：选拔销售人员的标准 第9章 销售团队的招募和选拔 第10章 销售培训：目的、技术和评价 第11章 报酬和激励方案的设计 第二部分的综合案例 第三部分 销售过程的评估和控制 第12章 成本分析 第13章 行为及其他的业绩分析 第三部分的综合案例

<<销售管理>>

媒体关注与评论

书评本书是美国本土销售管理领域的权威教材，自从20多年前邱吉尔、福特、沃克第一次出版《销售管理》以来，这本书就被视为业内最好的教材之一。

本书适合作为销售管理类课程的专业教材，供营销专业、企业管理专业的高年级本科生和研究生以及MBA、EMBA使用，同时也适合作为参考读物或培训教材，供企业的销售主管、销售经理、区域经理以及人力资源主管等人士使用。

<<销售管理>>

编辑推荐

《销售管理》(第7版)分为三大部分, 分别对销售程序的形成、销售程序的执行和销售程序的评估与控制这三个相互联系、连续的过程进行了论述, 为学生提供了一部全面、通俗易懂的教科书。

《销售管理》(第7版)配有教师手册、Powerpoint中英文教学幻灯片、书中案例的教学指导等。

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>