

<<销售经理>>

图书基本信息

书名：<<销售经理>>

13位ISBN编号：9787516400982

10位ISBN编号：751640098X

出版时间：2012-9

出版时间：企业管理出版社

作者：金丹，屈云波 编著

页数：397

译者：派力

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>

<<销售经理>>

内容概要

本书以销售经理的岗位职责为主线，从销售管理实务的角度出发，详细介绍了销售经理日常工作的具体内容和专业方法。

本书分为三大篇章，分别从认识销售部门、掌握销售管理的内容与方法、成为杰出销售经理三方面入手，让你对销售经理的工作流程及其工作重点一目了然。

本书前两章重点介绍了销售部职能及组织结构，以及销售部门各个岗位的职责分工与任职条件，对销售部门进行了全方位的解读；从第三章到第九章，从销售管理的角度出发，分别从销售计划管理、预算管理、业绩考核、客户关系管理、销售业务管理、销售力量管理及行动管理等方面帮助销售经理掌握销售管理具体内容和方法，同时附加了大量的实战案例及专题供读者拓展阅读，帮助读者加深理解，在实际操作中加以应用；第十章与第十一章重点对杰出销售经理的职业修炼进行阐述，并详细罗列了一份涵盖广泛且实用的管理清单，强化如何真正成为杰出的销售经理。

本书主要面向各级销售经理，同时兼顾了大中专院校市场营销专业师生的教材需求。

<<销售经理>>

书籍目录

前言 在“销售”中优秀

第1篇 认识销售部门

第1章 部门职能及组织结构

第一节 部门职能

第二节 组织结构

第三节 销售部与相关部门的关系

第2章 岗位职责与任职条件

第一节 销售经理的岗位职责与任职条件

第二节 其他岗位的岗位职责与任职条件

第三节 区域销售经理的岗位职责与任职条件

第2篇 掌握销售管理的内容与方法

第3章 销售计划管理

第一节 销售目标管理

第二节 销售目标分配

第三节 销售计划制定及范例

第4章 销售预算管理

第一节 销售费用构成

第二节 销售预算确定

第三节 销售预算编制

第四节 销售预算控制

第5章 销售业绩考核

第一节 销售业绩考核方法

第二节 销售业绩考核流程

第三节 销售业绩考核指标

第6章 客户关系管理

第一节 客户关系管理内容

第二节 客户关系管理方法

第三节 机构客户关系管理

第四节 渠道客户关系管理

第7章 销售业务管理

第一节 客户订单处理

第二节 日常对账与结算

第三节 赊销信用管理

第8章 销售行动管理

第一节 销售会议

第二节 销售管理工具和表格

第三节 行动过程管理工具和表格

第9章 销售力量管理

第一节 销售队伍设计

第二节 销售队伍管理

第三节 人员推销的原则

第3篇 成为杰出销售经理

第10章 杰出销售经理的特质

第一节 杰出销售经理的角色扮演

第二节 杰出销售经理的信念与原则

<<销售经理>>

第三节 重视业绩评估。

第四节 善于化牢骚和冲突为合作

第五节 销售经理的成长过程

第11章 销售管理要点

参考文献

章节摘录

版权页：插图：二、客户关系管理的具体内容 由于客户本身是复杂多样的，因而客户关系管理的内容应尽量完整。

归纳起来主要有以下几项：基础资料：即客户最基本的原始资料。

主要包括客户的名称、地址、电话、法人代表及他们的性格、兴趣、爱好、家庭、学历、年龄、能力、创业时间，他们与本公司交易的时间、企业组织、业种、资产等。

这些资料是客户关系管理的起点和基础，主要通过推销人员进行客户访问搜集而来。

客户特征：主要包括服务区域、销售能力、发展潜力、经营理念、经营方向、经营政策、企业规模、经营特点等。

业务状况：主要包括销售业绩、经营管理者和业务人员的素质、与其他竞争者的关系、与本公司的业务关系及合作态度等。

交易现状：主要包括客户的销售活动现状、存在的问题、保持的优势、未来的对策、企业形象、声誉、信用状况、交易条件以及出现的信用问题等方面。

三、客户关系管理的原则 在客户关系管理的过程中，需要注意以下原则：动态管理：客户资料卡建立后置之不顾就会失去了它的意义。

客户的情况是会不断变化的，所以客户资料也要不断加以调整，剔除过去的或已经变化了的资料，及时补充新资料，对客户的变化进行跟踪，使客户关系管理保持动态性。

突出重点：有关不同类型的客户资料很多，我们要通过这些资料找出重点客户。

重点客户不仅包括现有客户，而且还应包括潜在客户。

这样可以为企业选择新客户、开拓新市场提供资料，为企业进一步发展创造良机。

灵活运用：对客户资料的收集管理是为了在销售过程中对其加以运用，所以，在建立客户资料卡或客户关系管理卡后不能将之束之高阁，应以灵活的方式及时地、全面地提供给销售代表及其他有关人员，使他们能进行更详细的分析，将死资料变成活材料，提高客户关系管理的效率。

专人负责：由于许多客户资料不宜流出企业，只能供内部使用，所以客户关系管理应确定具体的规定和方法，并由专人负责管理，严格监管客户资料的利用和借阅。

<<销售经理>>

编辑推荐

《销售经理:中国销售经理进阶培训手册》可作为中国销售经理和咨询顾问的案头工具，中国营销实战手册系列。

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>