

<<营销管理实战全案（下）>>

图书基本信息

书名：<<营销管理实战全案（下）>>

13位ISBN编号：9787545903539

10位ISBN编号：7545903536

出版时间：2011-11

出版时间：鹭江出版社

作者：曹亚东，康敏 编著

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>

<<营销管理实战全案（下）>>

内容概要

中国企业面临的难题之一是管理问题。
管理之所以成为一门学问，因为它是科学与艺术的统一。
科学的内容就带有一定程度的规律性，总体上比较清晰和明了，是可以由管理学类的书刊来梳理、记载和表现的。
而艺术的东西则更多来自于实践，只有在实践中才能体味、才能得到培养和检验。
所以，理解和掌握企业管理的精髓，就不能仅仅停留在书本上，必须与实践相结合方有可能。
也正是在这个前提下，我们才能正确理解和看待管理学类书籍的作用。

那些记载在书中的道理，应该说有很多内容是经过实践检验、在实践基础上总结和提炼出来的。
这样的管理学书，读者读了应该有所启发，也仅仅是启发，假如直接拿它来指导处理具体事情，则未必能行得通。
只有真正办过企业、做过实际管理工作的人，才能真正体会管理理论的精当与奥妙，并用这些理论来指导自己的企业管理实践。

书籍目录

第一篇 建设和管理销售团队

第一章 做好销售团队的整体组织规划

- 第一节 明确销售团队的目标和任务
- 第二节 设计组织的运作流程
- 第三节 设计销售团队的职能
- 第四节 界定销售团队的岗位职责
- 第五节 规划销售团队的人员设置
- 第六节 借鉴“零缺陷管理”原则分配角色
- 第七节 合理构建领导班子
- 第八节 委任一级负责人

第二章 招聘到合适的销售人员

- 第一节 甄选销售团队成员的原则
- 第二节 招聘新销售人员的时机
- 第三节 制订招聘计划
- 第四节 利用职业人脉寻找销售人员
- 第五节 通过广告招聘销售人员
- 第六节 与猎头合作招聘销售人员
- 第七节 通过招聘会招聘销售人员
- 第八节 通过网络招聘销售人员
- 第九节 效能型销售人员的应聘条件
- 第十节 效率型销售人员的应聘条件
- 第十一节 初选应聘者
- 第十二节 面试应聘人员
- 第十三节 评价应聘者的气质和无形因素
- 第十四节 避免招聘中的误区
- 第十五节 做出最后的录用选择

第三章 对销售人员做有针对性的培训

- 第一节 掌握培训要点
- 第二节 做好销售人员培训计划
- 第三节 设计新销售人员的培训内容
- 第四节 组织专业级能力提升培训
- 第五节 培训团队中的自由销售人员
- 第六节 针对业务老手进行提升训练
- 第七节 通过发现问题对销售人员进行培训
- 第八节 处理好随访辅导中的问题
- 第九节 让团队成员学会与顾客沟通
- 第十节 培训团队成员有效利用时间
- 第十一节 培养销售人员的自信
- 第十二节 解决培训中常出现的问题

第四章 设计科学的薪酬制度

- 第一节 兼顾好薪酬设计的基本原则
- 第二节 合理运用基本的薪金模式
- 第三节 准确评估销售团队的整体薪酬水平
- 第四节 合理设计销售团队成员间的薪酬差距
- 第五节 针对不同的销售模式设计薪酬模式

<<营销管理实战全案（下）>>

第六节 针对不同的销售策略设计薪酬模式

.....

第二篇 建立以客户为中心的营销体系

第三篇 实用工具表单

<<营销管理实战全案（下）>>

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>