

<<回款决定一切>>

图书基本信息

书名：<<回款决定一切>>

13位ISBN编号：9787802558137

10位ISBN编号：7802558131

出版时间：2011-8

出版时间：企业管理出版社

作者：丁兴良，伯建新 著

页数：188

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;回款决定一切&gt;&gt;

## 内容概要

我们常说“工欲善其事，必先利其器”，要想很好地解决应收账款问题，就必须做到“利器”在手，才能做到从容应对。

这个“利器”，从企业的角度来讲需要做到制度先行、事前预防控制、事中监督落实、事后跟踪检查；从销售人员的角度来讲需要掌握回避坏账产生的方法和技巧，从企业的催收人员来讲需要学会和了解一些基本的讨债手段和一些法律上的基本常识，这样才能有备无患，使企业的营销工作顺利开展。

《回款决定一切》侧重于产品特点营销的实际情况，从对产品的基础认识方面入手，综合研究了两个不同行业在营销实施过程中应收账款问题产生的根源，依据营销的实际情况，从根源上进行全方位的细致分析。

从企业销售的实施过程、财务的管理过程对应收账款的管理，对避免应收账款的风险产生等问题提出了系统的解决方案。

同时，针对应收账款产生后如何有效地实施清收和讨债行为，从法律的角度和现实的角度指出了解决问题可采取的手段、方式、方法和工作技巧，并对这些手段、方式、方法和工作技巧的运用进行了介绍，又结合营销工作的实际情况以实际的案例为参考，目的是能让更多的销售人员尽快掌握这些知识并很好地运用到工作的实践中去。

需要说明的一点，营销作为一门实践性很强的工作，任何一种营销理论的产生都源自于成千上万营销工作者对实践的总结，也正是因为如此，我们才能看到营销知识和理论的丰富多彩。

而销售回款问题作为营销工作中的一个重要环节，其知识和理论的产生同样如此。

《回款决定一切》中对于应收账款的问题和解决办法都源于实践活动的总结。

因此，对于不论是快消品行业还是工业品行业的销售人员来说，通过对这些方法的学习，不仅要学会在实践中运用，还要结合自己所在行业的不同点融会贯通，活学活用，并在不断的实践工作中积累经验，找出更好的办法，这才是本书所要达到的目的。

本书由伯建新、丁兴良编著。

## &lt;&lt;回款决定一切&gt;&gt;

## 作者简介

丁兴良，中欧国际工商管理学院EMBA，清华大学总裁培训班特聘顾问，复旦大学、交通大学、中山大学、北京大学等著名学府MBA、EMBA兼职讲师，是国内公认的工业品实战营销创始人，IMSC工业品营销研究院首席顾问；国内大客户营销培训第一人。

2005年荣登“中国人力资源精英榜”，并被《财志》杂志评为“杰出培训师”；2006年被评为“中国企业十大企业培训师”；2007年被《第三届中国管理大会》授予“杰出管理专家奖”；2008年荣获中国市场学会常务理事，《前言讲座》、《支点国际》、《时代光华》、《黄埔大讲堂》的特邀专家。

从销售基层到高层的实战派顾问；具有世界500强企业Johnson&Johnson任销售经理，全球婴儿护肤排名第一；凯泉泵业集团担任资深销售经理，国内水泵行业第一；英维思集团任阀门控制事业部副总经理，全球自动化阀门控制行业第一；……等工作经历。

在国外接受了国际销售培训机构TACK讲师的认证，美商博思能训练中心研修授证PMP管理课程训练师，美国太平洋研究院销售顾问等等训练。

具有17年营销实战的经历，13年工业品营销的经验，8年专注工业品营销项目的提炼，形成了一套实用的咨询与培训体系；在全国受到一致工业品营销培训听众的好评。

伯建新，实战型营销专业人士，为中国营销管理网、价值中国网、博锐管理在线、融资网等媒体专栏作者，并在《销售与市场》、《中国食品工业》、《医药经济报》、《大食品》、《糖烟酒周刊》、《财富时报》等专业报刊，杂志发表数万字的文章。

历任某企业管理部主管、药业企划负责人和市场营销经理，涉足快速消费品、医药保健品、服装、电子产品等多个领域，长期以来深入市场一线，进行市场的深度研究和实践活动，致力于营销管理理论在市场环境下的应用与发展，对实战营销管理、营销战略、品牌战略、渠道战略、整合营销传播，工业品营销、大客户销售等方面都有独到和深入见解，并有着丰富的实战经验。

<<回款决定一切>>

书籍目录

前言第一章 工业品与消费品的内涵和特性第一节 关于产品的认识第二节 工业品与消费品的概念和特性对比第二章 工业品与消费品营销的特点及误区第一节 工业品与消费品营销的不同点第二节 工业品与消费品营销的共同点第三节 工业品和消费品营销的特点第四节 工业品营销的误区第三章 应收账款管理的现状和产生的原因第一节 应收账款的管理现状第二节 应收账款产生的原因第三节 赊销的益处与危害第四节 加强应收账款管理的目的第四章 应收账款管理如何防患于未然第一节 建立客户档案第二节 加强客户信息资料的搜集第三节 进行客户风险的鉴别第四节 客户信息的更新第五节 客户风险的征兆第五章 如何规避应收账款风险第一节 完善合同的签约手续第二节 强化应收账款的日常管理第三节 加强应收账款的内部控制第四节 建立良好的售后服务第六章 应收账款清收可采取的法律手段第一节 债及其相关常识第二节 需要了解的几个法律名词和常识第三节 应收账款清收可采取的法律途径和方法第四节 调解、仲裁、诉讼三者之间的关系第七章 应收账款清收可采取的常规手段第一节 函电索款第二节 网络催款第三节 面访催款第四节 律师协讨第五节 委托专业机构协讨第六节 其他讨债方式第七节 如何追究违约责任第八章 企业应收账款讨债的实用案例第一节 利用产品品牌影响力进行催款第二节 利用产品技术特性要求进行催款第三节 利用企业盈利模式进行催款第四节 建立企业的内部激励机制第五节 完善内部管理程序第九章 应收账款的收款技巧第一节 收款的四大原则第二节 收款常用的实用技巧第三节 不同环境场合下的收款方法第四节 不同类型债务人的收账策略第五节 其他第十章 应收账款管理的几个趋势结束语

## <<回款决定一切>>

### 章节摘录

作为销售人员要获取真实可靠的信息资料，一般主要从以下的途径获得：（1）通过与客户的日常接触搜集信息，与客户的接触是通过商业信函、电话、传真或者电子邮件进行的，在这个过程中，眼光敏锐的销售人员可以通过观察客户使用的信笺、信封是否完整、信件格式是否符合商业惯例、是否具有较强的专业知识并且信息是否完备等方面对客户经营是否规范有一个大致的评价。如在和客户的销售人员通过电话联系时，可以通过客户是否使用标准的礼貌用语、谈吐是否自如，来发现客户态度是否诚恳、工作人员的素质是否高。一般拥有高素质员工的客户其经营情况通常比较好，资信状况也比较好；另外，通过对老客户的回款记录的了解也是获取客户资信状况的一条重要渠道。

.....

## <<回款决定一切>>

### 媒体关注与评论

企业应收账款数额普遍明显增多，应收账款的管理已经成为企业经营活动中日益重要的问题。而这本书的出现真是雪中送炭，让企业在任何时候都能突破困境。

——第七届中国杰出营销奖总策划评审 黄江伟 《回款决定一切》这本书帮助企业采取有效措施，以预防和解决应收账款带来的问题，为企业解决应收账款难题指点迷津，避免或减少损失的发生，保证企业经营活动的正常进行，提高企业的经济利益。

——新疆市场营销协会副会长 周伟和 企业的应收账款是个很大的问题，关乎于企业的生存，特别是中小企业。

本书的出现，很好的给一些企业提供了应收账款管理的策略。

——资深营销专家 梁智 销售难，回款更难。

在强调企业经济效益的同时，如何加强应收账款的管理，已成为现代财务管理中一个急待解决的问题。

《回款决定一切》为企业提供了一种营销策略，以帮助企业增加产品销量，提高利润。

——天润乳业生物制品股份有限公司常务副总 谭彬 《回款决定一切》一书中总结了应收账款产生的主要原因，并针对企业应收账款管理中存在的问题提出了相应的管理对策，是本很好的工具用书。

——深圳采纳品牌营销策划机构项目总监 马静

## <<回款决定一切>>

### 编辑推荐

销售难，回款更难，这是很多一线销售人员共同的感触。  
赊销是找死，不赊销是等死，这是许多企业在销售工作中面临的困境。

虽然欠债还钱是天经地义的事情，但是在现实生活中针对应收账款进行讨债却往往不得不面对门难进、款难要、脸难看的尴尬局面。

《回款决定一切》侧重于产品特点营销的实际情况，从对产品的基础认识方面入手，综合研究了两个不同行业在营销实施过程中应收账款问题产生的根源，依据营销的实际情况，从根源上进行全方位的细致分析。

从企业销售的实施过程、财务的管理过程对应收账款的管理，对避免应收账款的风险产生等问题提出了系统的解决方案。

本书由伯建新、丁兴良编著。

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>