

<<接单与跟单实操细节>>

图书基本信息

书名：<<接单与跟单实操细节>>

13位ISBN编号：9787807284574

10位ISBN编号：7807284579

出版时间：2006-12

出版单位：广东经济出版社有限公司（广东经济出版社）

作者：李广泰

页数：404

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>

<<接单与跟单实操细节>>

内容概要

《接单与跟单实操细节》一书是基于帮助企业寻找和掌握最好的订单管理方法的目的而编写的。全书共分十章，第1章讲述了接单与跟单的工作核心，目的是给读者一个明确的思想认识，以便于在实际工作中能把握方向，处理好接单与跟单的关系。

第2章讲述的是识别和接收优质单的方法。

第3章介绍的是接到订单后的处理方法，即如何将一份订单的具体要求，尤其是隐含要求全部识别出来，而不至于拖到实施过程中才发现。

第4、第5章则分别讲述了业务型跟单员与生产型跟单员的实战操作技能。

通过这两章的学习，一方面帮助企业搭建完美的订单处理平台，理顺具体的跟单格局；另一方面使跟单人员掌握具体作业中的关键细节。

第6、第7章讲述的是工作策略与能力培养的问题，目的是放大读者的视野，并掌握一些像磁铁那样能在沙子堆里寻找铁屑的工具，从而实现简单而有效地跟单。

最后三章则分别就礼仪、销售和客户关系管理等内容进行了讲解，阐述这些工作中不可或缺的细节、经验、技巧。

另外，书中还大量引用了作者在全国各地进行培训、演讲和企业内训中发现的典型案列，相信它们不仅可以开拓读者的思维，取得形象认识，更是学习、借鉴和调研的榜样。

该书的宗旨是务实为先、注重细节、兼顾理论，工具与方法双管齐下，经验与哲理并驾齐驱，非常适合企业界的从业人员以及正在努力想加入这些行列的人士阅读、学习和参照，也适合于正在大专院校求学的学子们作为实践课程的指引。

另外，对于与本书关联的接单、跟单和PMC等等相关业务，我们可以组织有关专家，为企业提供上门辅导、咨询与培训服务。

本书所涉及的范围包括电子、塑胶、五金、机械、印刷和化工等多种行业。

书的内容要求以点带面、深入浅出，风格是图文并茂，原则是看之有物、用之有效。

<<接单与跟单实操细节>>

作者简介

李广泰，高级工程师，皇冠企业管理研究中心主任。

曾在美、日、韩外企，港、台独资企业和国有企业从事管理工作多年，历任业务主办、技术员、现场主管、工程部工程师、品质部长、经理和生产厂长等职务。

对跨国公司输入的管理思想颇有研究，并在十数载的企管一线摸爬滚打中积累了丰富的经验，形成了独具特色的实干型体系和思想。

已正式出版的工作专著有十余部，涉及领域包括企业管理的各个层面。

现主要从事企业管理研究和企业管理咨询、培训等工作，已经辅导、培训过包括大型跨国公司在内的众多企业及其人员。

<<接单与跟单实操细节>>

书籍目录

第1章 接单与跟单的工作核心1 认识业务员2 定位跟单员3 几种业务流程4 接单的工作特性5 跟单的五大原则6 对能力的要求7 跨部门开展工作的要素8 跟单流程9 跟单误区10 跟单成绩第2章 接优质单1 定义优质单2 接单的五大要素3 无敌竞标4 借力接单5 如何接软单6 调动团队的力量7 如何对待“鸡肋”单8 志在必得9 日本企业的接单方式第3章 有效处理订单1 订单的式样2 合同与协议3 无差错处理订单4 订单评审5 把订单变成计划6 卓越跟单7 要不要插单8 如何管理P/O9 原产地政策10 产品认证11 海关政策12 适应VMI13 订单、合同运作中易犯的错误14 如何对待“铲单”第4章 业务型跟单员工作技能1 掌握国际贸易状况2 为客户提供合适的样品3 无差错接收订单4 OEM的陷阱5 报关知识6 管好供应链7 有效处理货期延迟8 发货管理9 出货统计分析10 倒签单有风险第5章 生产型跟单员工作技能1 生产计划就是命令2 管理工厂的七大要素3 掌握生产流程4 控制生产进度5 督促物料到位6 查看生产日报7 统计分析生产数据8 协调处理生产异常问题9 两种决定的对比10 品质与交期的矛盾第6章 跟单工作策略1 跟单员资格管理2 始终抓住主线3 善用知识信息4 签字的艺术5 数码思维式的报告6 开好会议的秘诀7 巧用例外管理8 格式化管理9 看板有特效10 责任是猴子11 树立目标必须有目的12 跟单管理模式13 跟单员绩效考核方式第7章 提升跟单能力1 跟单必会八工具2 沟通能力3 有一颗包容的心4 练就圆滑的形象5 对待四种人和另类6 攻克八大怪象7 九个危机意识8 五个“五”9 职业生涯规划第8章 有分量礼仪，经过才知道1 礼仪规则2 相由心生3 接洽客人的场所4 馈赠礼品5 以礼相待第9章 销售管理1 销售与跟理2 销售五步特技3 广告效应4 销售价格管理5 布货管理6 全方位服务7 产品质量与售后服务8 从“三包”到“三保”9 贸易壁垒10 敦促回款第10章 客户关系管理1 第一印象2 让客户查验工厂满意3 计算平均客龄4 有效管理老客户5 调查满意度6 关注忠诚度7 愉快合作8 让他怀念背影9 客户心理揣测分析10 完美跟单附录一：游戏思考题目答案附录二：跟单管理程序附录三：企业常用缩写词中外文对照

<<接单与跟单实操细节>>

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>