

## <<从销售政策下手>>

### 图书基本信息

书名：<<从销售政策下手>>

13位ISBN编号：9787111381266

10位ISBN编号：7111381262

出版时间：2012-5

出版时间：机械工业出版社

作者：臧其超

页数：195

字数：202000

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;从销售政策下手&gt;&gt;

## 前言

每到年初或季度之初甚至每个产品上市之际，很多企业就开始召开大大小小的产品营销会议，试图制定合适的销售政策，打响产品走向市场的“第一枪”。

然而遗憾的是，在当前如此激烈的市场竞争中，很多企业不得不追随市场大势，从折扣、返点、促销、奖励等各个方面调整销售政策，以争取更大的市场。

这种盲目的做法，导致很多企业的销售政策与对手如出一辙，没有特色，被经销商牵着鼻子，陷入了恶性竞争的泥潭，举步维艰，惨淡经营，利润空间被不断压缩。

销售政策就像是投入市场这片大海的一块石头，也许它会“激起千层浪”，也会它会沉入海底，这一投，重如千钧。

销售政策不但会影响一个产品的销售情况，甚至还会关系到一个企业的生死存亡。

从这个角度来说，恰到好处的销售政策是盘活市场的一把钥匙，是撬动市场的杠杆。

销售政策可谓“牵一发而动全身”，企业业绩的好坏，企业销售人员的流动，合作的经销商，甚至企业的长治久安等都与销售政策息息相关，销售政策牵动着企业的神经。

有市场的地方就会有竞争，而竞争的本质就是企业之间销售政策的博弈。

所以，制定销售政策，要综合市场、竞争对手、企业内外部环境等诸多因素，从企业最高决策者到基层员工，再到经销商乃至销售终端，每一个环节都应严格谨慎，规避纰漏。

销售政策定不活，企业动力不足；销售政策定不准，企业行将就木。

从团队建设到市场拓展，从内部组织设计到市场分割，由点及线、由线及面，销售政策犹似一张铺天盖地的大网，覆盖每一个角落。

抢占市场需要销售政策，推广产品需要销售政策，笼络经销商需要销售政策，赢得消费者需要销售政策，管理销售员同样需要销售政策，销售政策是营销的关键，是企业一飞冲天、笑傲市场的重中之重。

如何制定销售政策？如何把握销售政策与市场的关系？如何利用销售政策管理销售团队？如何针对经销商政策制定销售政策？如何通过销售政策来激励销售人员？这些问题都是企业中高层不得不思考的问题。

在本书中，你能看到最实用的战略战术，能看到企业是如何令经销商“俯首帖耳”的，也能看到企业的销售人员缘何会把生命中最强大的能量奉献出来……这一切，是每个企业向往和急盼的，也是如今诸多企业寻求的生存之道、制胜之法。

“种下梧桐树，引得凤凰来。”

好的销售政策可以产生巨大的市场效益，可以说，销售政策一小步，市场业绩大阔步！面对目前的市场情况，只有从销售政策下手，用合适的销售政策来打造终端营销的战略优势，才能迅速抢占市场份额，扩大业绩，在激烈的市场竞争中脱颖而出、笑傲群雄！

## <<从销售政策下手>>

### 内容概要

如何才能做大市场、引爆业绩?《从销售政策下手》正是从这一问题入手,通过对当前企业销售政策和市场现状的分析,针对经销商、销售团队提出一系列的销售政策,解决销售内外部等方面的难题,让身处“盲目跟风”

、“价格战”、“销售劣势”的企业拨云见日,获得解放,重获新生。

由臧其超编著的《从销售政策下手》有拿来即用的销售方法和观念,有条理清晰的政策和制度,有激励团队的实效性方法,是销售团队管理者不得不看的一本实务图书。

## <<从销售政策下手>>

### 作者简介

臧其超，实战派营销专家，总裁赢销导师，中国营销学院院长，中国狼性营销第一人，中国十大营销风云人物。

曾任世融地产、中企文化、天下易通公司总经理；原雅芳中国、泰康人寿营销总监；清华大学、北京大学、上海交大、浙江大学、华中科技大学等院校MBA/EMBA班客座教授；连续3年“授课量全国第一”，2011年授课303天，返聘率全国第一。

臧老师从一线销售做起，历任销售经理、销售总监、总经理、董事长，最后走向营销咨询之路。一个既做营销顾问师又实际操作企业的实干者，臧老师以演说家的风采、脱口秀的幽默，对营销一针见血，融理念、战略、技巧、案例为一体，生动、互动，深受学员青睐。

## <<从销售政策下手>>

### 书籍目录

前言用足政策才会赢!

#### 第一章 销售政策与市场的博弈

- 一、什么是销售政策
- 二、当下市场环境的5大特征
- 三、当下企业销售政策的3大误区
- 四、制定销售政策的10大原则
- 五、引导销售人员面对销售政策的5大方针
- 六、销售政策决定市场份额，市场反应影响销售政策
- 七、销售政策与市场完美结合的3个关键
- 八、销售政策与市场博弈的5个焦点

#### 第二章 市场区域划分与内部组织设计

- 一、市场划分的7个基本原则
- 二、3种销售渠道模式的比较
- 三、分销渠道的5种基本模式
- 四、市场区隔的演变与组合
- 五、销售团队的T作流程
- 六、销售团队的6大管理流程
- 七、内部组织人员配置的6大问题
- 八、销售人员“放单飞”前的8项训练

#### 第三章 经销商政策设计：盘活市场，抢占终端

- 一、签订独家经销的4个方法
- 二、经销商促销政策制定的4个关键点
- 三、经销商培训的7大误区
- 四、经销商激励政策制定的4个指导思想和原则
- 五、经销商激励政策制定的3个方法
- 六、向经销商收取保证金的4个动作

#### 第四章 销售团队管理：先抓管理，再谈销售

- 一、中国企业销售管理的3大困境及原因、
- 二、卓越销售人员的5个黄金法则
- 三、销售团队训练的6个常见问题
- 四、培训销售团队的4个步骤
- 五、销售团队跟进销售政策的7大难题

#### 第五章 销售目标的设计和目标的分解原则

- 一、销售指标的4个类别
- 二、目标细分的4大方法
- 三、类销售指标的确定
- 四、销售团队目标分解的5大原则
- 五、销售指标管理的4大难题

#### 第六章 销售人员薪酬政策的6点内容

- 一、薪酬政策制定的4个着眼点
- 二、“销售模式”与薪酬政策的制定
- 三、“市场策略”与薪酬政策的制定
- 四、当前销售人员薪酬政策制定存在的3大缺陷
- 五、销售人员薪酬政策制定的3大原则
- 六、销售人员薪酬政策制定的6个步骤

## <<从销售政策下手>>

### 第七章 让销售人员“愿意干”的9个激励政策

- 一、销售团队激励政策的3个要素
- 二、销售团队激励政策的3大模型
- 三、非物质激励的14种方法
- 四、销售团队实行保健激励政策的5大原则
- 五、销售团队实行保健激励政策的10大因素
- 六、销售团队维持激励政策的4个原则
- 七、销售团队维持激励政策的9大因素
- 八、适合销售团队成员4种性格类型的激励政策
- 九、销售团队的6大激励措施

### 第八章 保证销售政策落实到位的4项基本原则

- 一、保证销售政策传达到位
- 二、保证销售政策沟通到位
- 三、保证销售政策督促、跟进到位
- 四、保证销售政策核查、监督到位

### 附录

附录A W汽车公司2010年销售政策

附录B H食品贸易有限公司对销售人员的激励政策

附录C M公司客服绩效考核管理——关键绩效指标法

## &lt;&lt;从销售政策下手&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：插图：小张是东北和内蒙古这两个区域的销售总监，但在当地，他手下连一个业务员都没有，市场都是由两个大经销商管理的。

也就是说，销售网络都被经销商所掌控。

显然，在这个市场上向经销商收取保证金似乎是不可能的。

不过，小张自他自己的高明之举一远交近攻、分而治之。

小张在年底召开经销商大会收取保证金之前，先同东北和内蒙古的这两个大经销商打好了招呼，告诉他们经销商大会那天不用来，私下里会给予他们额外的促销支持。

面对这种好事，两个大经销商自然乐意受之。

在山东、河南和河北这3个区域，小张虽然设置了办事处，把销售网络都、抓在了自己手中，可当地的那几个大经销商销量都很大，得罪了他们是得不偿失的。

于是。

小张在开会之前还是与他们一一商谈，告诉他们只要签订了协议，之后会给他们额外的支持政策。

很快，小张就把这些大经销商摆平了。

接着，他组织的经销商大会如期召开了。

在经销商会议上，小张先对以往的美好业绩回顾了一下，又对未来进行了憧憬。

接着，他给在场的每位经销商都发了一份合同，他说："各位，今年要现款销售，而且还要收取保证金。

"在场的经销商看了看合同，愿意签的就老老实实在那里，不愿意签的就起身离开了。

不过，因为有了小张之前的"暗度陈仓"，大部分经销商都"乖乖地"签订了合同。

虽然经销商与小张签订了合同，可小张知道他们心里不服，于是马上让业务员把他们都一一送走，以防他们聚在一起闹事。

经销商帮着企业赚钱，企业需要给予经销商这样或那样的好处。

但同时，为了保证企业的利益。

防止经销商做出扰乱市场的行为，企业就必须向他们收取一定的保证金。

向经销商收取保证金是一件困难的事情，有很多经销商因为企业向他们收取保证金而与企业翻脸。

可企业若不收取保证金。

所要担的风险义太大，于是，企业干脆一不做二不休，宁可与经销商撕破脸皮也要收取保证金。

存向经销商收取保证金时需要一定的技巧，若能让经销商乐于接受你向他们收取保证金，那可就皆大欢喜了。

那么，到底要怎样向经销商收取保证金呢?通常，有以下4种方法：1.先打麻药 向经销商收取保证金，就相当于你直接把手伸进他们的口袋里掏钱，他们自然心痛不已。

所以，不妨学学"医生拔牙"--先打麻药。

打上麻药，让经销商感觉不那么疼，这多少在心理上抚慰了他们。

那麻药究竟该怎么打，在什么时候打呢?在常规的销售年会上，企业的销售主管必须带着经销商们一起回顾美好的历史，并展望可以预见到的美好未来。

同时要告诉他们，存新的一年打算在节日上投入多少，促销品、返利政策等方面是如何安排的。

总之一句话煽动情绪，让经销商随着企业的节奏心潮澎湃。

等时机差不多了，经销商的情绪极为高涨的时候，马上"变身"，向他们收取保证金。

为了达到更好的效果，要给出合理的解释，不要以为给他们勾勒...了美好的蓝图就能完全说服他们。

可以这样跟经销商解释。

第一，企业向他们收取保证金是为了确保他们获得更多利润，并不是企业出于自身利益的考虑。

企业收取了保证金以后，"砸价"的情况可能就没有了，这样大家都会有钱赚；第二，企业收取保证金之后，等到了年底，企业会按照银行利率的两倍返还利息。

同时企业向经销商收取保证金之后，会在政策上大力地支持他们，保证他们获得更多利润。

2.分而治之 在企业收取证金的时候，一些大客户必然是不能一下子被说服的，他们是老手，绝不会因

## <<从销售政策下手>>

为你的一两句煽动而就范。

在此之前，企业必须做好准备工作，要提前与大客户接触，争取说服他们与企业签订协议。

只要说服了大客户。

说服小客户就更容易了。

另外，假如你签订的协议对经销商不利，或者可能会引起纠纷时，在结束经销商大会后，要尽快让业务员把经销商一一送走，以免那些心存顾忌的经销商聚在一起闹事。



## <<从销售政策下手>>

### 编辑推荐

《从销售政策下手:用政策做大市场,用制度引爆业绩》编辑推荐：从团队建设到市场开拓，从内部组织设计到区域划分，从销售目标分解到激励政策制定，《从销售政策下手:用政策做大市场,用制度引爆业绩》有道亦有术，重格局有又失细节。

作者让经销商为你"俯首帖耳"，让你的团队无论是士气还是业绩都发生质的变化！

《从销售政策下手:用政策做大市场,用制度引爆业绩》有拿来即用的销售方法和观念，有条理清晰的政策和制度，有激励团队的实效性方法，是销售团队管理者不得不看的一本实务图书。

<<从销售政策下手>>

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>