

<<销售管理>>

图书基本信息

书名：<<销售管理>>

13位ISBN编号：9787300117676

10位ISBN编号：7300117678

出版时间：2010-5

出版时间：中国人民大学

作者：小约翰·F·坦纳//小厄尔·D·霍尼克特//罗伯特·C·厄夫迈耶|译者:陶向南

页数：401

译者：陶向南

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>

<<销售管理>>

前言

在过去的20年中，公司在管理其销售职能方面的变化极大。

互联网已经对销售管理产生了非常重要的影响，但同时，与互联网类似的其他许多因素，诸如顾客联络中心、客户关系管理技术、知识管理技术、日趋激烈的国际竞争、更大的文化和代际的多样性、伦理责任的重要性等都对销售管理产生了重要影响。

类似这样的发展变化大大改变了销售队伍的领导方式。

我们希望你能了解这些变化，以及今天的销售经理究竟是如何管理他们的员工的。

虽然了解这一领域的变化，但是我们发现，销售管理图书在这些年里的变化很小。

在长达20多年的时间里，没有新的重要的销售管理图书上市。

我们相信是时候推出新书了。

我们的目标是提供一本书，以帮助你在当今高度竞争的全球经济中为应对销售组织所面临的激烈挑战做准备。

当然，我们会为你提供基本理论，可帮助你适应经济的发展。

同时，我们会平衡理论和实际运用等方面的内容，这是你想要领导高绩效的销售团队所必须了解的。

本书特色本书着重讨论了销售管理是如何展开的。

你会发现，我们将最新资料不仅整合进了本书的教学内容和每章后的问题与思考中，而且整合进了本书的教学手册、题库、Power Point幻灯片以及其他教辅资料中。

开篇案例方面本书的独特之处在于每章从描述真实的销售经理的案例入手。

这些案例简要阐述了这些经理每天必须面对的问题和挑战，而这些问题和挑战与随后的章节内容密切相关。

我们希望学生能感受到销售经理所处的环境。

我们的目标是促使和激发学生探索销售管理职业可能遇到的各种情况，听取本书中的销售经理的意见。

除了开篇案例之外，本书的网站上还有许多关于销售经理每日销售报告的视频采访资料。

<<销售管理>>

内容概要

本书较好地把握了现代销售管理的发展趋势和脉络，使得读者能够全面审视和思考销售管理的各项职能。

全书紧扣现代信息技术对销售管理的作用和影响这一主线，对各种销售理论和管理技术进行了深入阐述。

- 开篇案例：各章开篇均为真实的销售经理的案例，描述了这些经理每天必须面对的问题和挑战，激发学生探索销售管理职业可能遇到的各种情境。

- Apllicor软件：应用目前市场上最受欢迎的销售自动化工具Apllicor，拥有CRM特征和学生能够链接使用的数据库，使得学生深刻感受技术工具对于销售管理工作的影响。

- 全球化与伦理问题：对于销售管理中所面对的全球化和跨文化管理的挑战的处理非常巧妙，用一整章的篇幅讨论，同时通过各章相关的小案例加以强调。

对于伦理问题也作了同样的处理，便于读者理解和接受书中的观点和理念。

- 销售队伍结构：相关内容虽然与招聘、选拔和培训销售人员有关，但反映的是当今销售领域中许多不同的销售职能和销售队伍结构的真实情况。

作者简介

小约翰·F·坦纳（Jolin F.Tarnner Jr），贝勒大学汉克玛（Hankamer）商学院营销学教授，拥有佐治亚大学博士学位。

曾在罗克韦尔国际和施乐公司的营销和销售部工作8年。

现任贝勒大学专业销售中心的联合主任和主管师资队伍建设的副院长。

出版13部著作，发表论文100多篇，专业研究获得多项奖励。

<<销售管理>>

书籍目录

第一篇 战略规划 第1章 销售管理概论 从销售代表到销售经理 建立公司战略：使命陈述 战略层次
销售方法 销售过程 销售过程与销售方法 销售领导者 第2章 销售职能和多元销售渠道 销售职能
多元渠道环境中的销售 协调销售组织 第二篇 销售领导 第3章 领导力和销售主管 什么是销售领导
第4章 伦理、法律和销售领导 有关伦理的各种理论 作为边界跨越者的销售人员 营造一种伦理销售
氛围 与销售相关的法律 第三篇 消费者和市场分析 第5章 企业间销售和客户关系管理 理解企业间购
买决定 企业间客户关系管理 第6章 利用信息技术 普遍应用的技术 销售管理软件 实施客户关系管
理和销售队伍自动化系统的挑战 涉及销售人员和销售经理的相关问题 第四篇 设计和发展销售队伍
第7章 设计和组织销售队伍 组织公司销售队伍中的人员 公司销售队伍中的报告关系 第8章 招聘和选
拔合适的销售人员 制定雇用计划 搜寻和招聘应聘者 选拔流程 公司销售人员招聘和选拔效果的评
估 第9章 培训和发展销售队伍 销售培训的重要性 培训流程 第五篇 流程管理 第10章 监督、管理和领
导销售人员 监督 管理 领导 一个新的管理思想学派 销售经理的领导力 销售管理的未来 第11章
设定目标并管理销售队伍的绩效 为什么销售目标对于组织如此重要 运用目标来引导和管理销售队
伍的绩效 不同类型的目标和配额 选择正确的测度体系进行跟进 选择正确的时间周期进行跟进 设
定目标的过程 第12章 激励并奖励销售人员 什么因素在激励着销售人员 激励中的代际问题 激励销
售代表时的注意事项 财务与非财务报酬 报酬计划的构成 第六篇 测量、分析和知识管理 第13章 将客
户信息转变为销售知识 由公司销售队伍形成的知识 销售预测 第14章 评估销售队伍及其成员的绩效
评估有助于销售经理了解发挥作用的因素及其原因 评估销售队伍的整体绩效 评估销售代表个人的
绩效 当销售人员没有达到销售目标时该怎么办 第15章 影响公司销售业绩的内部和外部文化力量 企
业文化对公司销售队伍的影响 外部文化对公司销售队伍的影响 文化的构成 管理全球销售队伍 改
变销售队伍中的人口统计和多样性问题 第七篇 案例研究 案例研究1 种植园：计划、目标设定和团队销
售 案例研究2 列克星敦工业公司：在环太平洋地区开展合乎伦理的商业活动 案例研究3 旧金山巨人队
：客户关系管理案例分析 案例研究4 TIP金融服务公司：管理现场销售队伍 案例研究5 韦尔科分销商
：考虑一个多样性的计划 案例研究6 太平洋医药供应公司：招聘、激励和保留优秀的销售人员 案例
研究7 东南销售联营公司：通过评估和指导销售人员来提高他们的绩效 案例研究8 艾弗格公司：管理
多渠道销售 案例研究9 自由电信公司：通过设定新的销售目标改进销售队伍运营 案例研究10 萨拉索
塔日报社：销售队伍不可避免的变革和重组 案例研究11 协和联警公司：评估销售区域 案例研究12 加
农联营公司：实现新老销售队伍的内部整合

<<销售管理>>

章节摘录

插图：我们将在后面的章节讨论销售管理和领导职位的不同类型。

为了正确地理解销售管理职业，有些概念必须首先得到明确。

销售经理并不是超级销售人员，事实上，对销售经理来说，成功的销售人员的许多特性——比如独立工作的能力——也许并不是有用的。

帕特·梅茨（Pat Metz）是雅培公司的销售经理，从被提升为销售经理的第一天起，他就认识到了销售经理与销售人员的不同。

他的上司命令他开除一个素未谋面的员工，就在那一天，他意识到了成为一名销售经理就意味着：你是一群人的管理者。

柯尼卡—美能达商务系统公司（Konica-Minolta Business Systems）的员工萨姆·梅斯（Sam Mays）发现，他在销售方面的天赋并不适用于销售管理。

在做了几年的销售经理后，他被老板降职了。

这几年中，他每分每秒都对销售经理这一职位深感厌恶。

梅斯说：“对所有人来说，我的降职都是一件好事。”

一个月之后，梅斯又回到了销售额排名榜的第一位，他也变得开心多了。

梅斯现在对此感到很好笑：“当年，我的提升使公司失去了一名优秀的销售人员，获得了一个很差劲的销售经理。

如今，公司又重新获得了我这个出色的销售人员，同时有了雇用一個更好的销售经理的机会。

”成为一名销售经理意味着：你要指导销售人员，使他们得以发展；制定战略，将执行的职责赋予他人；明白怎样才能激励下属（有些人的年龄可能是你的两倍）；使组织中其他部门的人认同什么对于销售人员是正确的，以及什么对于他们的部门才是正确的。

因为成为一名销售经理与做一名销售人员是如此不同，所以销售方面的成功不应该成为提升的首要原因。

实际上，相关研究一致表明，销售人员在销售方面的成功并不预示着其作为一名销售经理会成功。

企业必须聘用拥有相应技能和能力的销售经理，而且这种技能和能力与销售技能和能力是不同的。

本书是关于销售人员管理，或者简称销售管理（sales management）的著作。

销售管理是指领导、管理、监督组织中个人销售行为的各种活动。

这个定义有几个要点，其中最重要的就是销售经理应该做些什么以管理销售人员，因此本书的主要目标是阐释销售人员管理这一职能。

当然，战略是非常关键的，我们以促进公司的战略目标的实现为前提来讨论销售经理日常要做的工作。

一旦理解了上述观点，就容易理解本书其余部分的框架了。

<<销售管理>>

编辑推荐

《销售管理:塑造未来的销售领导者》：工商管理经典译丛·市场营销系列。

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>