<<销售管理>>

图书基本信息

书名:<<销售管理>>

13位ISBN编号: 9787300138596

10位ISBN编号: 7300138594

出版时间:2011-6

出版时间:中国人民大学出版社

作者: 李先国 编

页数:266

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>>

内容概要

《销售管理(全国高等教育自学考试中小企业经营管理专业指定教材)》系统全面介绍了销售管理相关知识,本套教材实用性强,适用面广,涵盖了中小企业管理诸多方面。

无论是处于创业、成长、成熟等不同阶段的中小企业经理人,还是处在不同管理岗位的中小企业经营管理者,都能通过本套教材全面系统地学习,掌握现代中小企业经营管理的基础知识和基本技能,具备管理不同发展阶段企业的能力和素质。

<<销售管理>>

书籍目录

第1	ᆇ	# 1	, T	- 7-11/	#	١ ١	121
æ 1	一	悪川	ו רו	ŦΗ	ᆂ	┱	ーてロ
70 1	ᆍ	III).	ו עו	ᄱ		νı	:

- 1.1 销售计划体系
- 1.2 销售预测
- 1.3 销售定额
- 1.4 销售预算
- 第2章 划分销售区域
- 2.1 设计销售区域
- 2.2 建立销售组织
- 2.3 销售费用管理
- 2.4 销售时间管理
- 第3章 建立销售渠道
- 3.1 设计渠道体系
- 3.2 选择渠道成员
- 3.3 渠道冲突管理
- 第4章 设计促销方案
- 4.1 销售促进概述
- 4.2 销售促进决策
- 4.3 销售促进策略
- 第5章 建设销售团队
- 5.1 销售人员的职责与素质要求
- 5.2 招聘销售人员
- 5.3 培训销售人员
- 5.4 激励销售人员
- 第6章 销售过程管理
- 6.1 寻找客户
- 6.2 拜访客户
- 6.3 介绍产品
- 6.4 处理异议
- 6.5 建议成交
- 第7章 销售末端管理
- 7.1 货品管理
- 7.2 终端管理
- 7.3 窜货管理

第8章 客户服务管理

- 8.1 客户服务概述
- 8.2 服务质量管理
- 8.3 客户投诉管理
- 8.4 客户忠诚管理
- 第9章 客户关系管理
- 9.1 建立客户关系
- 9.2 挖掘客户价值
- 9.3 管理重点客户
- 第10章 评估销售绩效
- 10.1 分析销售活动
- 10.2 考核销售业绩

<<销售管理>>

10.3 建立薪酬制度 后记 附 销售管理考试大纲 .课程性质与课程目标 .能力目标与实施要求

<<销售管理>>

章节摘录

(3)系列产品集中陈列,其目的是增加系列产品的陈列效果,使系列产品能一目了然地呈现在 消费者面前,让他们看到并了解企业的所有产品,进而吸引消费者的注意力,刺激他们的冲动性购买

此外也可以通过集中陈列系列产品中的强势产品,带动系列产品中比较弱势的产品,以便培养明日之星,因为系列产品集中陈列能够造成一股气势,有助于带动整体销售。

(4)争取人流较多的陈列位置。

在售点,推销员一定要观察客户的移动路线,并将产品尽量摆放在消费者经常走动的地方,如端架、 靠近人口的转角处等。

一般而言,看到产品的人越多,产品被购买的几率就越大。

若放在偏僻的角落里,产品不易被消费者看到,销路也就不会好。

推销员一定要争取最好的陈列空间。

(5) 把产品放到客户举手可得的货架位置上。

要吸引人们前来购买,推销员必须按照消费者的身高,把商品摆在与他们视线平行、抬手可得的地方 ,太高或太低的陈列位置,都会造成购买障碍。

如以儿童为目标市场,商品应摆放在货架低层甚至地上。

也就是说,陈列高度应视目标消费者而异,以便于他们选购。

(6)经常保持商品价值。

在陈列的过程中,除了要保持产品本身的清洁外,还必须随时更换商店中损坏品、瑕疵品和到期品。 如有滞销品,应想办法处理,不能任其蒙尘,这样会有损品牌形象。

将产品的正面朝向客户,排列整齐,避免缺货,随时保持货架干净,也是维持产品价值的基本方法。 总之,就是要让产品以最好的面貌(整齐、清洁、新鲜)面对消费者,以保持产品的价值。

.

<<销售管理>>

编辑推荐

《全国高等教育自学考试中小企业经营管理专业指定教材:销售管理》国家中小企业银河培训工程推荐教材,全国中小企业经理人证书考试、全国高等教育自学考试中小企业经营管理专业指定教材。

<<销售管理>>

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