

<<销售管理>>

图书基本信息

书名：<<销售管理>>

13位ISBN编号：9787308038577

10位ISBN编号：7308038572

出版时间：2004-8

出版时间：浙江大学

作者：孙玮林

页数：330

字数：370000

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

销售管理是企业的重要环节，销售是企业惟一产生收入的环节，在企业中居于十分重要的地位。

在企业的发展过程中，销售管理从无到有，逐步发展完善起来。

近年来，随着浙江民营企业的发展，销售队伍的壮大，销售从单兵作战到协同，对管理的需要在提高

。

在对企业人员进行培训过程中，我们发现企业目前最缺乏的是高素质的区域销售管理人员，很多销售管理人员来自于销售第一线，他们可能是销售工作的好手，但就销售管理而言，对他近年来高校市场营销专业毕业生供需两旺，一个重要的去向是补充企业区域销售人员的不足，但从工作中发现很多大学生并不能马上适应工作的需要，为此很多企业投入了大量的人财物力，对毕业生进行培训。

为了提高学生的专业技能，销售管理作为我院市场营销专业特色课程，经过几年的开设，效果良好，大量适应企业需要的人才正在各个企业发挥着日益重要的作用，很多毕业生已经成为企业销售管理的中坚力量。

《高职高专规划教材·市场营销专业系列教材：销售管理》力图从高职高专学生的实际出发，以提高学生整体素质为基础和培养学生能力为主线，确定教材内容体系。

在编写过程中努力做到由浅入深、循序渐进地介绍销售管理工作的实质、过程，以及各项销售管理活动开展的基本理论和方法。

在内容的取舍上力求做到突出重点，适当增加案例内容，强化知识的应用性。

<<销售管理>>

书籍目录

第一章 销售管理概述

- 一、销售
- 二、销售管理
- 三、销售管理职能

第二章 销售部门的职责

- 一、销售组织模式
- 二、销售部门的职责
- 三、销售经理的职能
- 四、销售人员的职能

第三章 销售人员激励

- 一、销售人员行为特征
- 二、销售人员的角色认知
- 三、销售人员动机的因素分析
- 四、销售人员激励

第四章 销售人员管理

- 一、销售人员规模设计
- 二、销售人员的选择
- 三、销售人员评价
- 四、销售人员的培训

第五章 销售预算管理

- 一、销售预算管理概述
- 二、销售费用水平确定方法
- 三、销售费用编制的方式和图表
- 四、销售预算管理的内容

第六章 销售区域管理

- 一、销售区域概述
- 二、销售区域设计
- 三、销售区域业务管理

第七章 客户管理

- 一、客户管理概述
- 二、客户资料卡
- 三、客户的信用调查及等级管理
- 四、客户投诉的处理
- 五、应收账款的管理

第八章 销售网络成员管理

- 一、经销商管理实务
- 二、代理商管理实务
- 三、特许经营管理实务

第九章 销售诊断与分析

- 一、市场拓展业绩审查
- 二、销售诊断

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>