

<<打造高绩效的经销商团队>>

图书基本信息

书名：<<打造高绩效的经销商团队>>

13位ISBN编号：9787802341142

10位ISBN编号：7802341140

出版时间：2008-1

出版时间：中国发展出版社

作者：霍艳文

页数：214

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>

<<打造高绩效的经销商团队>>

前言

经销商，你准备好了吗 在中国市场上，经销商扮演着既传统又中坚的渠道力量。从20世纪80年代中期到90年代中期，我国市场经济刚刚开始，经历改革开放逐渐富裕起来的消费者对商品的需求比较旺盛，在这种情况下，经销商可以悠闲地坐在家里等着人来进货，因此，他们的日子过得非常滋润。

然而，从90年代末开始，市场环境发生了巨大的变化，做生意的人多了起来，经销商开始比实力、比规模、比售后服务……以此来吸引厂家以及下游客户。一些经销商察觉到了环境变化对自己的新要求，他们主动迎头赶上，力争打造出高绩效的经销商团队。

然而，更多的经销商的能力却在下降，他们或者成为厂家的附庸，完全被厂家“套牢”，或者在二批商与厂家的双重压力下困难重重，更可怕的是经销商中的弱势群体正在不断地被淘汰出局。

为什么会发生这样的情况呢？

最主要的就是经销商没有自己高绩效管理的团队。

缺乏绩效管理给经销商带来严重的后果：首先是员工在没有方向、没有目标的状态下工作，这样，竹篮打水一场空、南辕北辙的情况时有发生，大大提高了人工成本和机会成本；其次，在没有绩效管理的前提下，员工要有效地完成工作，必须增加沟通的次数，这样影响了工作效率，易丧失市场机遇；最后，员工工作的开展在失控的状态下进行，大大增加了错误出现的几率。

因此，对经销商而言，打造一支高绩效的经销商团队迫在眉睫。

管理界有一句名言：“没有绩效管理的企业就等于没有管理。

”说明绩效对企业管理的重要性。

同样，没有绩效管理的经销商就不是好的经销商。

在未来激烈的竞争中，我们必须要有高绩效的经销商团队，加强自身的竞争优势。

羊再大、再多，如果没有组织，没有绩效，也斗不过狼，只有在与狼群的浴血奋战中使自己也变成狼，才有可能赢得最后的胜利。

在辽阔的非洲大草原上，每天太阳升起的时候，狮子和羚羊就开始了日复一日、周而复始的追逐赛跑。

羚羊告诉自己要跑得最快的狮子还要快，否则它就会被吃掉；而狮子则告诉自己必须要跑得比羚羊快，否则它就会饿死。

亲爱的经销商们，不管你是狮子还是羚羊，太阳升起的时候，你开始奔跑了吗？

<<打造高绩效的经销商团队>>

内容概要

什么是经销商成功的基础？
如何快速而有效地建立一支高绩效的经销商团队？
如何选择领导风格？
如何进行有效的员工激励？
如何制订团队的目标？
如何开展团队绩效管理？
如何轻松驾驭经销商团队销售分支机构？
如何实现经销商团队营销信息系统化管理？
本书教您迅速提升团队的“整体势能”，全力打造高绩效的经销商团队！

<<打造高绩效的经销商团队>>

作者简介

霍艳文，河北张家口人，毕业于河北大学中文系，资深图书策划人。自毕业之后一直从事图书编辑策划工作。曾就职于北京紫都苑图书发行有限公司，且东工作室等。曾参与编辑了《哈佛MBA职业经理人全书》、《哈佛MBA培训与激励全书》等图书，独立编辑了《哈佛MBA职业经理人全书快读》、《哈佛MBA培训与激励全书快读》等图书 策划并编辑了《大危机》、《大骗局》、《大败笔》及“美国系列”等图书。

<<打造高绩效的经销商团队>>

书籍目录

第一章 经销商团队的组织设计与架构 第一节 经销商团队的组织设计与再造 组织的类型 组织结构设计 组织结构的调整与变革 第二节 经销商不同发展阶段的组织设计特点 初创期组织结构 成长期机构设置 规模阶段的组织设计 第三节 以营销为中心的组织设计第二章 组建富有战斗力的经销商营销团队 第一节 找到并留下最合适的人 经销商在员工招聘上存在的问题 员工招聘流程 怎样才能招聘到最合适的人 最合适的人才的十大标准 经销商留住人才的法宝 第二节 建设优秀的经销商营销团队 建立目标管理体系 建设良好的销售系统 第三节 加强对团队营销人员的培训和指导 建设和完善营销培训体系 选择卓有成效的营销培训第三章 经销商团队管理者的高效领导 第一节 团队管理者的能力与评估指标 经销商团队管理者的角色类型及权力表现 经销商团队管理者的素质与能力 制定合理的评估指标 第二节 团队管理者领导销售团队的类型 团队管理者的领导类型 团队管理者的领导风格 第三节 对员工实行有效激励 有效激励的原则 有效激励的技巧和方法第四章 经销商团队的高绩效管理 第一节 绩效管理的基本点：工作态度 良好的工作态度的内容 培养积极的工作态度第五章 轻松驾驭经销商团队销售分支机构第六章 信息系统化管理

<<打造高绩效的经销商团队>>

章节摘录

第一节 经销商团队的组织设计与再造 “组织”的含义极其广泛。

古人云“树桑麻，有组织”，所谓“组织”，就是指把丝麻编织成布的意思；英文“组织”一词“Organ-ization”，则是从“Organ”（器官）一词引申而来，实际上是向人们说明，由一个个器官排列组合而成的生物有机体就是一个组织。

以上两种说法正是对组织的形象比喻，而人们也从“由器官组成的有机体”的说法中得到启示，认为“由人们所组成的有机体也是一个团体和组织”。

实际上，组织并不像人们通常理解的那样，仅指一些已有的社会团体或机构，如企业、学校等。组织具有整体性，任何组织都是由许多要素、部分、成员，按照一定的联结形式排列组合而成的。一个组织，除了有形的物质要素外，在各构成部分之间，实际上还存在着一些相对稳定的关系，即纵向的等级关系和横向的分工协作关系。

任何社会团体或机构，都必须通过组织工作，将合适的人安排到合适的职位上，或者说建立起一个职务系统，才能使该团体或机构成为一个有机体。

就如一个足球队包括领队、前锋、中锋、后卫、守门员等职位，一个经销商团队包括总经理、各个部门负责人以及业务员等职位，不是大家随意地聚到一起，不分主次高低随意拼合的。

没有整体性，也就没有团体的工作效率。

这种有意识形成的无形的职务系统被称为组织结构，它涉及组织层次的划分、组织机构的设置、各部门之间的联系与沟通等问题。

从本质上讲，组织结构反映的是组织成员之间的分工协作关系。

设计组织结构的目的是为了更有效、更合理地把组织成员组织起来，让他们为实现共同的目标而协同努力。

组织结构的类型 每个社会组织内部都有一套自身的组织结构，它们既是组织存在的形式，本身还是组织内部分工与合作关系的集中体现。

在这种组织结构中，每一个组织成员都将充当一定的角色，承担一定的任务，否则就会被该组织扫地出门。

常见的组织结构的类型有：简单式结构、功能式结构、事业部结构、矩阵式结构。

（一）简单式结构 简单式结构是一种实行直线式垂直领导，不设职能机构的管理组织形式。在这种组织形式中，各层领导机构都是综合性的，由经理实行没有职能机构的集中管理，经理融直线指挥与职能管理于一身。

这种组织结构的优点是：结构简单、权力集中、指挥统一、决策迅速。

缺点是：由于直线指挥与职能管理不分，对领导者的知识和能力要求较高；各层领导机构实行综合管理，无专业化分工，不易提高专业管理水平。

简单式组织结构，由于受领导者能力的限制，管理幅度不可能宽，因而企业的规模不可能大，只适于小型企业。

随着规模的扩大，组织会倾向于专门化和规范化。

<<打造高绩效的经销商团队>>

编辑推荐

日本时尚零售业泰斗人物，零售百货业实战家，被誉为“日本零售之神”的柳田信之先生：中研国际是国零售业先进管理理念的推广者，成功经验的传播者。

国美·鹏润国际时尚中心首席顾问，台湾著名零售专家李春材先生：中研国际是中国零售业的财富教练，它传道、授业、解惑。

实践家知识管理集团董事长林伟贤先生：我在《我爱钱更爱你》中说过，一个人要想成工必须具备丰富的知识和爱心。

我想我能理解中研国际为什么会成功。

成功不是自己拥有什么，而是你给了别人多少，中研国际的成功就在于它不断帮助零售企业创造价值，走向卓越。

中国商业联合会商品交易市场专业委员会秘书长骆毓龙：零售业发需要动力，中研国际为零售业不断输送智慧产品。

《销售与市场-体育营销》主编张斌先生：可用“实”来概括中研国际：立身实战，厉行实务，力求实效。

<<打造高绩效的经销商团队>>

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>