

《销售管理课堂》

图书基本信息

书名：《销售管理课堂》

13位ISBN编号：9787313045010

10位ISBN编号：7313045018

出版时间：2006-7

出版社：上海交通大学

作者：TimAng，姜旭平主

页数：142

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

内容概要

本书为“我的管理课堂”系列之十五。该系列书2006年被清华大学选定为“清华大学企业管理网络培训研究生进修项目”指定辅导教材，以及中国电信选定为“商务领航企业网校”指定的配套教材。本书主要讲述了销售渠道管理以及大客户管理。主要内容包括销售渠道的结构设计、渠道成员的选择、代理商管理、大客户的确定、分析以及销售等。可作为企业内部培训中销售管理的教材，也可供个人提高销售管理技能阅读。

帮助管理者成为培训者丛书特色：

系统性 围绕当前企业最关注的几大课题：管理精要、冲突处理、客户服务、商务礼仪、创新管理、有效授权、销售管理、增殖销售……

实用性 这是一套着眼于“如何做”的实用手册，以实践为导向，将理论融于每一个操作步骤中。内容接受大量来自企业商务人士的反馈意见，经长期积累形成，具有切实的针对性、简捷性和实用性。

专业性 编著者有来自跨国企业的高层管理者，有著名大学从事管理教育的教授，也有知名的培训师，使丛书的内容能够中西管理结合，理论与实践兼顾。丛书的内容已被联想、中外运、平安保险、太平洋保险、中国电信、盛大网络、爱立信、上海干部在线学习城等国内外著名企业和政府部门纳入其培训课程中。2006年被清华大学选定为“清华大学企业管理网络培训研究生进修项目”指定辅导教材，以及中国电信选定为“商务领航企业网校”指定的配套教材。

互动性 学习者可随时登www.powerplus.com.cn/book学习与丛书配套的网上课程（E-learning courses），下载幻灯片文件（PowerPoint文件），增加学习的趣味性和互动性。

作者简介

姜旭平，1985年毕业于清华大学经济管理学院，毕业后留校任教至今。现任清华大学经济管理学院管理科学与工程系教授。

《销售管理课堂》

书籍目录

第一部分 渠道销售 第一单元 销售渠道 第一课 销售渠道的内涵 第二课 销售渠道的功能
第三课 销售渠道的重要性 第四课 销售渠道的管理 第二单元 销售渠道的结构设计 第一课 销
售渠道的基本结构 第二课 什么是健康的销售渠道 第三课 销售渠道设计流程 第四课 检验
渠道设计标准 第三单元 销售渠道的参与者 第一课 谁是渠道的参与者 第二课 渠道成员的
选择 第三课 代理商的培训 第四课 代理商合约 第四单元 销售渠道的控制 第一课 渠道控
制的内涵 第二课 代理商的管理 第二部分 大客户销售 第五单元 大客户管理概述 第一课 大客
户管理的涵义及其意义 第二课 大客户管理发展模型及其阶段 第六单元 大客户管理 第一课
大客户管理的实施 第二课 大客户管理的环境 第七单元 如何确定大客户 第一课 大客户概念
及识别方法 第二课 大客户的特征和类型 第八单元 大客户分析 第一课 大客户定位 第二
课 大客户采购程序分析 第三课 购买者压力分析 第九单元 大客户销售技巧 第一课 大客户需
求分析 第二课 大客户购买心理和行为分析 第三课 销售战略中的大客户计划 附录一 案例分析
参考附录二 状态测试分析 附录三 21天能力提升计划

精彩短评

1、 发货及时,品质保证~不错

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:www.tushu000.com