

# 《如何打造营销团队》

## 图书基本信息

书名：《如何打造营销团队》

13位ISBN编号：9787301111369

10位ISBN编号：7301111363

出版时间：2006-12

出版社：北京大学出版社

作者：狄振鹏

页数：183

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](http://www.tushu000.com)

# 《如何打造营销团队》

## 内容概要

知名销售培训师精心力作，提高团队绩效的实战攻略。

现代企业的营销已不能靠单打独斗的个人英雄主义，更要强调发挥团队的精神，建立群体营销意识，及时满足顾客需求，提升销售工作效率。但是，如何管理好营销团队，更好地整合团队营销资源、发挥团队营销的战斗力和战斗力，如何提高营销人员自身的专业素质和技能等一系列问题，却时常困扰着我们广大的基层营销人员及其管理人员。

本书作者围绕着上述问题，分别从营销管理的概念和现状、如何构建和管理销售团队、销售团队的绩效评估和例会制度、如何快速提升销售人员的专业素质和技能、销售人员的有效培训途径等方面，阐述了打造一支高效率、高绩效的营销团队所必须要做的工作，对于基层营销管理人员和销售人员快速提升销售管理能力和销售技能，具有很好的借鉴和帮助作用。

本书重实用、重方法，注重经验的提炼和总结，适合于企业营销经理、人力资源经理，特别是销售部门的基层主管及广大的销售人员阅读使用。

# 《如何打造营销团队》

## 作者简介

狄振鹏，工商管理博士研究生，高级营销管理顾问，资深专业营销训练师，2004年被评为中国“十大杰出培训师”之一。曾任国际金融集团高级营销经理、培训经理，麦肯锡管理咨询项目推广经理等。现任上海社会科学院高级顾问，上海交通大学管理学院培训中心培训师，复旦大学网络学院泰复学习中心培训师，新加坡中华总商会管理学院授权讲师，出色财智杠杆训练联盟培训总监，北京时代光华公司特聘高级讲师。

服务的客户主要有：摩托罗拉、联合利华、西门子、平安保险、华泰证券等。

# 《如何打造营销团队》

## 书籍目录

自序总自检第一章 营销管理概念和现状 一、营销管理概念 二、销售管理现状第二章 如何构建和管理销售团队 一、销售队伍的设计 二、销售队伍的管理 三、销售队伍的建设和运作第三章 销售团队管理——选才、育才和激励 一、人员招聘 二、甄选人才 三、人员培训 四、员工激励第四章 销售团队的绩效评估和例会 一、绩效管理 二、绩效评估 三、营销例会 四、早会运作第五章 快速提升专业素质和销售技巧 一、销售高手的特质 二、销售人员的基本素质 三、销售人员的其他相关素质 四、专业化推销流程第六章 销售人员的有效培训途径 一、培训辅导概述 二、职场实战训练技巧 三、陪同拜访 四、个别辅导和电话辅导参考答案附录 工具表单

# 《如何打造营销团队》

## 章节摘录

书摘(六)控制销售管理的两大资源 销售管理的两大资源应当分别加以有效控制： 1客户资源 客户资源所有权属于企业，必须牢牢控制在企业手中，而不能掌握在员工手中，否则很可能会造成个别销售人员倚仗手中的大客户资源要挟企业的恶劣现象。 企业如何掌握重点客户资源呢?应该建立客户资料档案。如果销售员用书面报表，则每天由行政文员将每位销售人员的客户资料和拜访情况及时输入电脑，并分类分级管理；如果销售员使用电脑，则由本人当天录入，并开放自己的客户资料窗口，企业可以通过使用CRM(客户关系管理)软件对销售工作予以指导，方便实用。 2销售人力资源 企业的销售队伍绝不能是散兵游勇，必须要经过严格的选拔程序和足够的专业训练，使他们从思想观念到专业技能上达到一个合格销售人员的基本要求，才能加入到企业的销售团队中。国内企业培养销售队伍有搞人海战术和市场洗人法的习惯，就是从社会上招来的新人，未加以足够的教育和训练，就匆忙地派向市场，美其名曰在实践中锻炼提高；结果新人流失率很高，队伍士气低，企业人头费开支过大，造成人力成本较高、队伍不稳定，形成销售队伍的恶性循环，这些都是不重视销售人力资源管理的结果。 (七)销售管理体系 销售管理体系实际上就是公司给自己的销售团队制定游戏规则，从而管理好销售团队，再通过销售团队控制好公司的客户资源，从而提高公司整体销售实力的一个完整的系统。销售管理体系包括销售部门的组织结构形式、销售队伍的管理、销售的战略规划、薪酬结构等，一个好的销售管理体系可以形成优秀的企业团队文化，大大激发销售人员的积极性，提高销售工作效率和质量。 销售管理体系包含五个层面，如图1—8所示。 第一层面是利润和销售业绩，这只是冰山露于海面之上的一角，称之为可见的结果。开源节流、增加销售、降低成本，自然可以提高企业利润。从第二层面到第五层面是冰山隐于海面之下的部分，称之为潜在的部分。 第二层面是客户关系管理(CRM)，搜集、整理客户信息资料、满足客户需求，从而构建起满意的忠诚客户群体，自然而然会给企业带来营业额和销售利润。 第三层面是销售团队的管理运作，分为个体和群体两类。个体管理为人力资源管理，即选才、育才、用才、留才；群体管理则为销售队伍的建设，包括组织结构的形式，塑造、协调和激励销售队伍，形成一支高效有战斗力的团队。 第四层面是基础管理系统，包含会议、报表、沟通渠道、内部支持、财务管理、成本控制、决策流程、人力资源等企业管理的基础内容，这是企业制定业务流程和游戏规则所必需的。 第五层面是企业战略目标，是所有体系的基石。包括企业战略、共同愿景、共同的价值观、企业精神和企业文化。如果说，把销售管理体系的五个层面比作一棵树的话，那么，第五个层面就是其根部，它提供充分的养料，促进销售管理体系建设得更好。 P25-27

## 《如何打造营销团队》

### 精彩短评

- 1、 这书根本不值得一读，写书的人存在着很大的忽悠成分，浪费时间。
- 2、 作者的观点还是有一些值得参考的地方。
- 3、 到货太慢，太慢，崩溃了
- 4、 看过后，对销售团队有一定的了解，不过还是希望有实例
- 5、 还可以,写的比较简单,如果能再对于细节细致一点就更好了,总体来说还是比较实用,对于管理的人来说可以做一个题纲,如果对于没什么管理经验的人没多大用处
- 6、 内容不错，就是例子太少了一点，趣味性加强一点点就更好啦
- 7、 此书作者除了《如何成为营销高手》较为出众，其它书太一般了，这本书我看了三分之一就看不下去了，较差。

# 《如何打造营销团队》

## 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:[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)