

《销售管理》

图书基本信息

书名：《销售管理》

13位ISBN编号：9787810936170

10位ISBN编号：7810936174

出版时间：2007-8

出版社：合肥工业大学

作者：胡旺盛

页数：313

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

《销售管理》

内容概要

《销售管理》围绕销售活动的整个过程进行阐述，研究销售管理活动过程的规律及其策略。全书分为销售管理概述、销售规划管理、销售过程管理和销售人员管理四大篇共15章内容，在学习和借鉴国外学者新的思想的同时，结合中国市场的特点进行创新和改进，并有效把握销售管理学科的前沿理论问题，对销售绩效评估及销售伦理等前沿问题进行了详尽的探讨，使学习者既能系统地学习销售管理理论，又能及时了解本学科的前沿知识。

《销售管理》

书籍目录

第一篇 销售管理概述1.销售管理概述1.1 销售概述1.2 销售管理的含义1.3 销售管理与营销管理1.4 从销售员向销售经理转变2.销售职业中的社会道德2.1 销售人员的道德责任2.2 销售人员的道德规范2.3 销售经理的道德规范2.4 销售道德规范的管理第二篇 销售规划管理3.销售规划管理3.1 销售预测3.2 销售配额3.3 销售预算4.销售区域管理4.1 销售区域管理的步骤4.2 销售区域的设计4.3 销售区域的作战方略4.4 销售区域的时间管理4.5 销售区域窜货管理5.客户管理5.1 客户管理概述5.2 客户分析5.3 客户投诉的处理5.4 客户关系管理6.销售网络管理6.1 销售网络概述6.2 销售网络的设计6.3 销售网络的管理第三篇 销售过程管理7.销售接近准备7.1 寻找准顾客7.2 顾客资格鉴定7.3 接近准备7.4 约见8.销售洽谈8.1 接近顾客8.2 销售洽谈8.3 销售展示8.4 顾客异议处理9.促成交易9.1 选择成交的恰当时机9.2 成交技巧9.3 成交后应注意的问题10.销售服务10.1 销售服务的含义与类别10.2 销售服务的内容10.3 服务质量的评价10.4 服务质量的改善11.销售模式11.1 爱达模式11.2 迪伯达模式11.3 费比模式第四篇 销售人员管理12.销售人员招募与培训12.1 销售人力资源规划12.2 销售人员的招募12.3 销售人员的选拔12.4 销售人员的培训13.销售人员的激励、考评与报酬13.1 销售人员的激励13.2 销售人员的考评13.3 销售人员的报酬14.销售人员的组织与领导14.1 销售人员的组织14.2 销售人员的领导15.销售人员的自我管理15.1 销售人员的素质与能力15.2 销售方格15.3 吉姆公式参考文献

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