

<<销售管理教程>>

图书基本信息

书名：<<销售管理教程>>

13位ISBN编号：9787301093757

10位ISBN编号：7301093756

出版时间：2005-9

出版时间：北京大学出版社

作者：李先国 编著

页数：507

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>

<<销售管理教程>>

内容概要

本书全面系统地设计了适合市场营销专业学生和企业实际培训之需的销售管理教材的框架体系。全书共分四篇，从制定销售规划、配备销售人员、指导人员销售和维系客户关系对销售管理工作的各环节进行了详细论述。

本书的特色是体系新颖、理论前沿、内容充实、结合实践。

本书是市场营销和工商管理专业学生、MBA营销研究方向学生、销售部经理、市场部经理、企业管理人士及对销售管理有兴趣的有识之士的理想读物，也可作为企业营销人员、中高层管理人员的专业培训教材。

<<销售管理教程>>

作者简介

李先国：中国人民大学教授、营销系主任、湖南营销学院特别顾问兼客座教授。
已出版《客户管理新论》、《销售管理》、《分销》、《营销管理》、《促销管理》等著作和教材。
发表论文五十多篇，主持或参与部级以上科研课题十余项。
曾为河北承德露露饮料、荷兰飞利浦小家电、美国

<<销售管理教程>>

书籍目录

绪论第一篇 制定销售规划 第一章 销售计划 第一节 销售预测 第二节 销售配额 第三节 销售预算
第二章 销售区域设计 第一节 划分销售区域 第二节 销售组织结构设计 第三节 销售区域战略开发
第四节 销售区域的时间管理 第三章 设计促销组合 第一节 促销组合概述 第二节 广告促销设计 第
三节 公共宣传策划 第四节 直复营销设计 第四章 销售促进 第一节 销售促进概述 第二节 销售促进
设计 第三节 销售促进工具第二篇 配备销售人员 第五章 销售人员的选拔 第一节 销售人员战略规划
第二节 销售人员的界定 第三节 销售人员招募过程 第四节 销售人员遴选过程 第六章 销售人员的
培训 第一节 销售人员培训计划 第二节 销售人员道德与礼仪 第三节 销售环境分析 第四节 顾客分
析 第五节 销售活动分析 第六节 做个成功的销售人员 第七章 销售人员的激励 第一节 激励理论
第二节 销售竞赛激励 第三节 激励不同类型的销售人员 第八章 销售人员的考核 第一节 销售人员的
绩效考核 第二节 销售人员的薪酬制度第三篇 指导人员销售 第九章 拜访客户 第一节 拟订行动计划
第二节 寻找顾客 第三节 接近顾客 第四节 引起顾客兴趣 第十章 商务洽谈 第一节 开局 第二节
报价 第三节 磋商和成交 第四节 常见谈判策略 第十一章 试行订约 第一节 分析顾客异议 第二节
处理顾客异议 第三节 建议成交策略 第四节 签订合同 第十二章 货品管理 第一节 订货管理 第二
节 发货与退货管理 第三节 终端管理 第四节 窜货管理第四篇 维系客户关系 第十三章 客户关系管
理 第十四章 客户信用管理 第十五章 客户服务管理 第十六章 交叉销售管理参考文献术语索引

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>