

<<私营公司销售管理与控制精要>>

图书基本信息

书名：<<私营公司销售管理与控制精要>>

13位ISBN编号：9787511904539

10位ISBN编号：751190453X

出版时间：2011-5

出版时间：中国时代经济

作者：周荣

页数：283

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>

<<私营公司销售管理与控制精要>>

内容概要

销售管理与内控既是一门专业，也是一种管理艺术，周荣编著的这本《私营公司销售管理与控制精要》为解决企业销售管理和内控工作中存在的各种具体问题提供了科学、实用和可执行的范例、模板和工具表单，更为销售管理和内控提供了一种规范。

《私营公司销售管理与控制精要》可以作为销售管理者的案头书、枕边书和操作手册，也可以作为销售管理“新人”的指导性教材。

<<私营公司销售管理与控制精要>>

作者简介

周荣，男，某知名大学营销管理硕士毕业，从事企业营销管理工作20余年，对企业营销管理方面有丰富的实践经验，曾担任上市公司销售总监、大型国企销售主管等职务。

<<私营公司销售管理与控制精要>>

书籍目录

第1章要有一支合格的销售队伍

- 1.1如何认识销售人员的重要性
- 1.2如何确立销售队伍目标与规模
- 1.3如何招募销售人员
- 1.4如何进行销售队伍的培训
- 1.5如何激励销售队伍——薪资

第2章要正确制定销售计划

- 2.1如何进行销售目标管理
- 2.2如何分配销售目标
- 2.3如何实施销售目标
- 2.4如何召开销售会议
- 2.5如何控制销售计划的实施过程
- 2.6如何修正销售计划

第3章销售队伍管理技巧

- 3.1如何实施客户拜访计划
- 3.2如何控制个人行动
- 3.3如何评估业绩
- 3.4如何管理销售会议
- 3.5如何组织销售竞赛
- 3.6如何控制销售人员的费用

第4章走进客户的心

- 4.1如何认识客户管理的重要性
- 4.2如何建立正确的客户组合
- 4.3如何找到客户联系策略的基石
- 4.4如何管理客户知识
- 4.5如何开发新客户
- 4.6如何认识客户资料卡的重要作用
- 4.7如何定义客户管理的内容及原则
- 4.8如何使用客户资料卡
- 4.9如何处理客户投诉

第5章与经销商建立战略型伙伴关系

- 5.1如何认识经销商的地位和特性
- 5.2经销商管理的目的是什么
- 5.3如何管理经销商档案
- 5.4如何评价经销商
- 5.5经销商管理的内容是什么
- 5.6如何防止窜货——问题与对策
- 5.7如何管理二级批发商
- 5.8归纳：经销商管理的20个方法

第6章铺货、终端与品类优化管理

- 6.1如何进行铺货管理
- 6.2如何管理终端
- 6.3如何实施品类优化管理
- 6.4如何控制特许经营

第7章销售渠道价格管理

<<私营公司销售管理与控制精要>>

- 7.1如何使用竞争销售
- 7.2影响定价的因素
- 7.3如何制定定价策略
- 7.4如何具体运用定价技巧
- 7.5如何制定企业的渠道价格政策
- 7.6如何设计企业销售价格结构体系
- 7.7如何维护价格稳定
- 第8章订货、出货与退货
- 8.1如何进行订货管理
- 8.2如何控制出货
- 8.3如何管理退货
- 第9章建立企业信用管理体系
- 9.1如何发挥信用调查的重要作用
- 9.2如何建立信贷管理体系
- 9.3如何管理新客户的信用额度
- 9.4如何控制信用额度的流程
- 9.5如何建立信用额度的核准权限
- 9.6如何认识超逾信用额度可能的风险
- 9.7信用交易的控制重点有哪些
- 第10章现金交易
- 10.1如何认识稳妥的交易方式——现金交易
- 10.2如何实现销售收入现金的预测
- 10.3现金收入的控制原则有哪些
- 10.4如何控制现金收入
- 10.5企业对现金交易的控制重点
- 10.6如何控制商店卖场的现金
- 第11章如何收回货款
- 11.1货款回收的重点是什么
- 11.2如何制定收账方针
- 11.3将应收账款作为一项投资去管理
- 11.4货款回收的作业流程
- 11.5如何实施货款回收计划
- 11.6如何收取货款及结算
- 11.7如何避免吞款
- 11.8如何进行应收票据的内部控制制度
- 11.9货款回收的两个要点
- 11.10如何申请支付令
- 第12章售后服务
- 12.1售后服务是什么
- 12.2如何认识售后服务的必要性
- 12.3如何制定售后服务战略
- 12.4如何维系客户
- 12.5如何开展售后服务工作
- 12.6如何对售后服务收费
- 12.7如何控制售后服务工作
- 12.8如何保障服务质量
- 第13章销售绩效的评估

<<私营公司销售管理与控制精要>>

13.1如何认识销售业绩评估的作用

13.2销售业绩评估的方法有哪些

章节摘录

1.1 如何认识销售人员的重要性 人是企业最重要的资产。

美国通用汽车公司前总裁阿尔弗雷德·斯隆曾说过：“你可以拿走我的全部资产，但是只要你把我的企业人员留下来给我，五年之内我就能把所有失去的资产赚回来。”而通用汽车公司的成功在很大程度上应归功于斯隆所建立的管理系统，这一系统对美国经济也产生了极为深远的影响。

用美国管理学大师彼得·德鲁克的话来说，这一系统“对美国经济在战后四十年中处于主导地位奠定了基础”。

我国国内许多公司也同样证明了这一点。

1. 销售是企业经营的最后一个关键环节。

企业经营者努力不懈地去研究及了解顾客的需求和欲望，生产出符合消费者的产品，建立了自己的分销渠道和设计了包装及全盘的物流系统。

但如果没有销售人员，产品就销售不出去，就会前功尽弃。

销售是企业经营中最后一个环节，也是决定企业经营成败的关键。

2. 销售人员实现企业的收益。

企业内很多支出，如工资、器具和原料等费用或投资的收回都有赖于收益的支撑。

销售人员通过把产品送到顾客的手中，从而获取收益，实现企业利润目标。

3. 代表企业与客户建立良好的关系。

销售人员对外销售产品、洽谈业务时，往往是作为企业的代表。

这些人对企业的成败负有重大的责任。

销售人员如果能了解并执行企业的基本策略和方案，使顾客感到满意，对本企业更具信心，他便是真正地代表了企业本身。

出色的销售人员能够认清和解决客户的疑难，建立与客户之间的良好关系。

4. 促进产品的研制与开发。

要保持企业不断的成功，产品的创新是必不可少的环节。

但几乎每一种新产品的问世都需要若干有朝气、有创新性的销售方案和销售人员，才能使销售达到理想的水平。

· · · · · ·

<<私营公司销售管理与控制精要>>

编辑推荐

周荣编著的这本《私营公司销售管理与控制精要》以销售流程为背景，以对销售流程的管理为主线，通过对销售渠道、销售方法、价格政策、销售计划、有效开展销售活动、完善销售管理体制，加强对销售活动的控制和管理、销售队伍的建设和管理展开论述，应用了大量的事例，意在理论与实践的紧密结合。

希望本书能作为销售管理人员的好帮手，既可以提高大家的管理水平，又能为企业创造效益。

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>