

<<成为优秀的快消品区域经理>>

图书基本信息

书名：<<成为优秀的快消品区域经理>>

13位ISBN编号：9787515802367

10位ISBN编号：7515802367

出版时间：2012-9

出版时间：中华工商联合出版社

作者：伯建新

页数：232

字数：220000

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>

<<成为优秀的快消品区域经理>>

前言

看到本书，我的眼前为之一亮。

我是从营销员做起，慢慢转到营销咨询行业的，一干就是近十年。

在这段职业生涯过程中，一半是咨询工作，另一半是培训工作。

咨询工作要求的是整合和创新，培训工作需要的却是不断地温故和重复。

为什么会这样呢？这主要还是由培训的对象决定的。

假如将企业比作一个铁打的营盘的话，营销团队中的区域经理就是那不断流动的士兵，虽然无需真刀实枪地像战士一样拼杀，但一样需要冲锋陷阵——开发市场、搞定客户。

在这其中倘若没有扎实的技术素养和业务基本功是不行的。

企业的用人机制是能者上庸者下。

每年都将淘汰低效员工，同时也需要招聘大量的新员工，然而新员工不缺智慧、激情，缺少的就是行业经验。

在正常的思维中，经验是依靠个人工作时间积累出来的。

也许经历了无数次碰壁，遇到过无数次纠结，还会留下不少遗憾。

一个区域经理成熟的标准就是阅历丰富，能有效地应对、解决客户的各种问题，能快速抢占市场份额、攻城略地。

攻必克，守必坚，招之能来，来之能战，战之能胜。

很多企业依靠残酷的市场淘汰来培养企业的合格人才。

可是这种人才培养的方式代价是巨大的。

一方面，花费大量时间，以市场严重损耗为代价；另一方面，残酷的“赛马机制”淘汰了大批业务员，增加了企业的运营成本。

“赛马机制”并非不好，但是那些被大量淘汰的所谓的“劣马”，有很多是因为缺乏经验和客户积累而在短期内无法突破销量。

这些人倘若坚持下去，其中也会有人成为企业中的又一匹“千里马”。

本书的及时出现，基本解决了这个问题。

作者通过自己多年营销实战的经验积累，将快消品行业中区域业务员经常面临的37个常见问题进行了归纳整理、融会贯通，从而形成一本将实战案例和理论体系相结合的实战指南。

这就是一本区域市场的实战指南，教导区域业务人员如何在纷繁复杂的市场现象中找到解决办法。

尽管37个问题也许囊括不了市场的复杂需求，但这37个问题却基本涵盖了所有的市场难点问题。

这对一个市场新手来说不啻于一个不会说话的“奶妈”，即便对于那些经验丰富的老业务员来说，也能提升自己的专业能力。

尤其是像我这种天天给业务员培训的老咨询人，读完本书后的第一感觉就是三个字——“真功夫”。

我最大的遗憾就是在年轻时没能读到此类图书，因为它也许会改变我的足迹。

诚然，提升业务员技能方面的刊物有很多，网络上也能搜到不少，但大部分都是不成系统的，只能算是见招拆招、临时应对的策略。

一个业务员若想成长为销售经理、营销总监，看此书不失为一条走向成功的捷径。

37个问题宛如37粒珍珠，贯穿在一起必将发出璀璨光芒！

<<成为优秀的快消品区域经理>>

内容概要

作者十多年的亲身经历和快消品行业的一线经验，为“区域经理”们做出行之有效的工作方法总结。

实用：鲜活情景案例与具体操作的动作分解，手把手解决困惑和问题。

各个击破：掌控市场+内部管理+常见误区+工具箱+自我提升，37个“怎么办”全面系统分析区域经理的工作关键点。

本书可以作为区域经理的“速成催化器”，也让提升销量、团队管理等常见困难不再“困难”。

<<成为优秀的快消品区域经理>>

作者简介

伯建新，实战型营销专家、新疆市场营销协会副秘书长、《河北酒业》专家团成员、品牌中国网专家联盟成员。

从一线市场业务人员到某企业总经理，在快消品行业摸爬滚打十几年。

洞悉快消品行业的发展趋势和特点。

经历和见证了企业品牌的成长和企业的发展历程，亲身参与过不同市场的开发、新产品的推广和销售提升工作，有着丰富的市场一线经验。

与此同时，在实际的工作中善于将营销实践进行总结，撰写相关营销文章近百篇。

2010年与中国工业品实战营销创始人、卡位战略营销理论的开创者丁兴良老师合著完成《回款决定一切——企业应收账款管理使用策略》一书。

<<成为优秀的快消品区域经理>>

书籍目录

第一章 掌控市场

- 第1节 如何处理市场遗留问题
- 第2节 如何治理窜货
- 第3节 如何破解旺季经销商资金难题
- 第4节 如何做好区域促销
- 第5节 如何进行新产品推广
- 第6节 如何提升市场销量
- 第7节 如何掌控好市场费用
- 第8节 如何做好旺季市场工作
- 第9节 如何做好市场调研工作
- 第10节 如何规划渠道和产品
- 第11节 如何管理经销商
- 第12节 如何对待未完成销量的经销商
- 第13节 建立分销商需要把握哪些原则
- 第14节 如何调动分销商的积极性
- 第15节 市场运作如何谋定而后动

第二章 内部管理

- 第16节 如何打造销售团队
- 第17节 如何管理下属
- 第18节 如何管理驻经销商处的业务人员
- 第19节 如何激励下属
- 第20节 如何授权
- 第21节 如何有效地召开区域会议
- 第22节 如何与上级、下级有效地沟通
- 第23节 如何有效地管理时间
- 第24节 如何让出差更有效率

第三章 常见误区

- 第25节 市场工作应避免的几个误区
- 第26节 新市场开发应避免的几个误区
- 第27节 为人处事应避免的几个误区
- 第28节 如何正确对待你的业绩

第四章 区域经理工具箱

- 第29节 市场开发计划书
- 第30节 促销申请
- 第31节 月末工作总结
- 第32节 年度营销计划
- 第33节 年终总结报告
- 第34节 需要掌握的几种分析工具
- 第35节 需要了解的几个财务常识

第五章 自我要求

- 第36节 应该具备的能力
- 第37节 应该具备的品质

<<成为优秀的快消品区域经理>>

章节摘录

版权页：为经销商做好服务和指导 在实际工作中，马健强调给经销商做好服务和指导。到下面的市场进行走访时，马健总是先独自走访市场以掌握市场的第一手资料和市场情况，然后，再就市场问题和经销商进行沟通，由于了解市场情况，马健在指出经销商问题和市场问题时总能一针见血，同时制订的方案也符合实际让经销商心服口服；对经销商提出的合理的意见和建议，他总是尽量地予以解决，能现场解决的就现场解决，暂时不能决定的也会在一定时期内给经销商一个合理的解释或者答复。

只要时间允许，马健总是会要求经销商和自己一起带车发货，一方面可以在发货的过程中加深对市场的了解，另一方面可以在发货途中和经销商进行深度沟通，了解经销商对自己和企业的看法并听取好的建议，以便在以后的工作中加以改进。

以身作则带领经销商一起干 在强调给经销商做好指导和服务时，马健要求驻经销商处的业务人员在日常管理工作中和经销商一起干、手把手地教；具体到自己马健也以身作则，以实际行动践行自己的要求，每次碰到市场销售难题或者企业需要开展大的活动时，在做好方案的情况下，只要时间允许马健会选择到个别经销商处蹲点，冲在市场的第一线，一方面教会经销商及员工如何干，以自身行动做表率，另一方面可以了解方案执行的情况，如有问题进行相应地调整。

协助经销商做好内部管理 内部管理一直都是经销商的软肋，在和经销商相处的过程中，马健在干好本职工作的前提下，在工作之余根据自己的所学、经验和经历过的事情给予经销商专业的智力支持，提高经销商在库存管理、人员管理、渠道管理、账务管理等内部管理水平，帮经销商规划生意，扶持经销商做大，因此马健不仅赢得了经销商的尊重，还提升了自己的业绩，可谓是一举两得。

真诚待人客观对待经销商 真诚对待经销商是马健和经销商相处的一个原则，对于每一位经销商马健不论是大经销商还是小经销商都能以诚相待、真心相交，在工作中无论是批评还是表扬，或者贯彻执行公司政策，都本着客观、真诚的态度和经销商沟通，因此经销商很信赖他，生活上的烦心事和生意上的想法都会和他沟通，听取他的意见，把他当做自己的参谋和朋友。

马健总是会告诉他们自己的看法和建议。

<<成为优秀的快消品区域经理>>

媒体关注与评论

各类相关图书、培训很多，但涉及实战的营销方法、操盘工具的书籍和培训却少之甚少，作者通过自己多年的积累和一线实战经验，针对快消品区域经理这个岗位的核心工作、方法、步骤、业绩提升的关键点进行了全面系统的分析阐述，对工作大有裨益。

——张枫 这本书对于从事快消品行业的区域经理来说，是提升自己实战能力的“聚焦方法库”。它不仅理论丰满，实战指导意义更胜一筹。

对于老区域经理具有提升作用，对于新区域经理来说是种速成催化剂，省去新手盲目摸索的弯路。

——刘雷 特别难能可贵的是，作者对区域经理常遇到的难题、工作误区进行了详实的解析、给出了答案，使人读后豁然开朗！——顾海 很仔细地拜读了此书，作为快消品营销人中的一员有过类似的工作经历，作者的很多观点感同身受！其实，很多企业不乏好的战略、策略，但最难解决的是落地问题，我想本书给出了答案！——陈彦华落实到实际的鲜活案例讲解、具体操作的动作分解正是这本书的核心价值，让人手不释卷。

——马静

<<成为优秀的快消品区域经理>>

编辑推荐

《成为优秀的快消品区域经理》就是一本区域市场的实战指南，教导区域业务人员如何在纷繁复杂的市场现象中找到解决办法。

尽管37个问题也许囊括不了市场的复杂需求，但这37个问题却基本涵盖了所有的市场难点问题。这对一个市场新手来说不啻于一个不会说话的“奶妈”，即便对于那些经验丰富的老业务员来说，也能提升自己的专业能力。

<<成为优秀的快消品区域经理>>

名人推荐

各类相关图书、培训很多，但涉及实战的营销方法、操盘工具的书籍和培训却少之甚少，作者通过自己多年的积累和一线实战经验，针对快消品区域经理这个岗位的核心工作、方法、步骤、业绩提升的关键点进行了全面系统的分析阐述，对工作大有裨益。

——中国杰出营销人最高奖“金鼎奖”获得者、江苏小康食品有限公司副总经理 张枫 这本书对于从事快消品行业的区域经理来说，是提升自己实战能力的“聚焦方法库”。

它不仅理论丰满，实战指导意义更胜一筹。

对于老区域经理具有提升作用，对于新区域经理来说是种速成催化剂，省去新手盲目摸索的弯路。

——实战营销专业人士 刘雷 特别难能可贵的是，作者对区域经理常遇到的难题、工作误区进行了详细的解析、给出了答案，使人读后豁然开朗！

——新疆古纳斯维药科技有限公司总经理 顾海

<<成为优秀的快消品区域经理>>

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>