第一图书网, tushu007.com

# <<赢在大卖场>>

## 图书基本信息

书名：<<赢在大卖场>>

13位ISBN编号：9787545407624

10位ISBN编号：7545407628

出版时间：2011-6

出版时间：广东经济出版社有限公司

作者：王同

页数：196

字数：168000

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

## 前言

现在的供应商有很多是“3M级”的，即忙（碌）、盲（目）、茫（然）。
我们经常可以听到这样的对话：　　“兄弟，最近忙不忙呀？
”“忙！
”　　“都在忙啥呢？
”“瞎忙！
”　　再过段时间”……“兄弟，最近还好吧？
”答：“哎！
一言难尽呀……”　　他们整天忙忙碌碌却毫无头绪，不知道自己在忙什么，结局似乎早就已经设定好了——销量靠后、罚款不断、费用超标、断货频繁、终端形象差、促销没效果，入场后就被套牢，总被牵着鼻子走，甚至下架、清场也经历过。
　　其实，我们做任何事情都应该有一个系统的思维，把握住一些关键的环节，找到可以创造价值的关键要素并理清事情的逻辑关系，这样做事情才会达到事半功倍的效果。
　　从供应商的角度来看，对于商超渠道的运作，其关键要素以及逻辑关系，如图所示：　　第一，做好策略规划。
　　这是大方向的问题。
现在要不要进商超？
能投入多少资源？
现在的产品、人力、运力、财力、管理等要做什么调整？
想达到什么样的目标？
诸如此类的问题都是要慎重考虑的。
　　同时，对业务运作的关键点，如卖场选择、产品结构、货架库存管理、终端形象、促销策略等也要有方向性的指导。
目标是提升单店销量，赢利的同时获得更好的合作条件。
　　第二，选择有价值的商超系统来经营。
　　如果年度合同签的是“卖身契”，那么，要么由于销售业绩不佳，摆脱不了做“利润型”产品，要么进场后1个月就被下架、清场。
商超要消耗供应商的许多资源，而这些资源是有限的，所以，对于商超门店要么不进，要么做好，这是一个“战笼”。
　　第三，规划好进场品项组合。
　　零售系统是以品类经营来组织业务流程的，如果你的品类不能与之契合，就很难与之配合好。
实际上，产品结构对于商超渠道的运作，要远比终端表现或促销推广更有价值。
许多供应商甚至已经为了适应这种情况改变了组织岗位结构，如产品经理岗位出现的时间就并不长。
　　第四，确保订单的高效配送。
　　商超渠道与传统渠道比起来，配送要求更高，很多厂家可能就是因为这个原因而放弃了直营商超的念头。
商超自身库房小，产品流动快，市区的交通限制，接货手续复杂等，这对供应商的配送提出了很高的要求。
　　第五，做好陈列与生动化。
　　供应商在商超里最主要竞争层面就是在这里，即好的位置、大的排面、生动化的展示。
那么，供应商如何让商超愿意把更多的资源投在自己的品牌上，就是非常重要的事情了。
　　第六，做好促销。
　　促销是供应商促进销售最常规的手法。
如何让你的促销取得更好的效果，更多一些市场气息，这需要有创意的促销方案和高效的执行力。
　　第七，提升销售沟通与谈判能力。
　　商超销售的沟通与谈判也是目前供应商相当大的瓶颈。

不知商超那帮人在想什么？
难道只能任他们宰割吗？
面对商超强势的采购应如何应对？
怎样在谈判中获利？
诸如此类的问题都是急需解决的，而解决这些问题的关键在于提升沟通和谈判能力。
　　第八，固定巡访成为常态管理模式。
　　商超渠道的日常管理又该如何开展？
你能真正导入简单而有效的固定巡访模式吗？
很多行业的大企业都在实践这种模式，只是深度不同罢了，这里又有什么讲究？
众多的巡访员从哪里来？
他们可以发挥什么作用……　　本书将为你一一展开这些有关商超运作方面的关键点。
通过阅读本书，一定能让你获益匪浅。

## 内容概要

商超销售的沟通与谈判也是目前供应商相当大的瓶颈。
不知商超那帮人在想什么？
难道只能任他们宰割吗？
面对商超强势的采购应如何应对？
怎样在谈判中获利？
诸如此类的问题都是急需解决的，而解决这些问题的关键在于提升沟通和谈判能力。

商超渠道的日常管理又该如何开展？
你能真正导入简单而有效的固定巡访模式吗？
很多行业的大企业都在实践这种模式，只是深度不同罢了，这里又有什么讲究？
众多的巡访员从哪里来？
他们可以发挥什么作用……
王同编著的《赢在大卖场——商超渠道的开发与管理》将为你一一展开这些有关商超运作方面的关键点。
通过阅读《赢在大卖场——商超渠道的开发与管理》，一定能让你获益匪浅。

这本书可以引导我们比较系统地思考与商超的合作，书中的剖析让人茅塞顿开，相信会给我的业务团队很多帮助。

## 作者简介

王同，零售门店业绩诊断提升专家
品牌零售企业导购轮训专家
北大纵横管理咨询集团合伙人
中国人民大学：Full—time MBA
培训特点
深度：注重探寻问题背后的根源
务实：以与学员产生更多共鸣为追求
互动：课程以互动式、启发式教学开展
服务客户
劲霸、三彩、海贝、十八淑女坊、生活秀、潮流前线、CBA运动鞋服、国人西服、乔德家纺、圣亚服饰广场、诺贝尔陶瓷、新中源陶瓷、宏耐木业、德力西国际电工、金典五金、浙江森歌厨电、美的电器、松下电器、三洋电器、永发保险箱、蒙牛集团、洁丽雅集团、雅客食品、嘉士伯啤酒、科迪速冻、绝味鸭脖、屈臣氏等。

第一图书网, tushu007.com



## 书籍目录

序言[第一部分 大卖场的选定]第一章 这里是战笼：你进还是不进爱之深：让企业欲罢不能的商超渠道／005痛之切：直面商超渠道管理的三大问题／007管到终端的意义／009第二章 如何选定你的大卖场了解你所要经营的卖场／015如何判断卖场生意的好坏／019第三章 制定卖场巡访计划基础信息建档／025巡访“七定”／028固定巡访执行／030巡访过程管控／035[第二部分 商超销售的沟通与谈判]第四章 建立平等的合作平台采购——你为什么这样强势／043沟通是一种态度，而非技巧／046看卖场运营特点／051如何做好客情／054第五章 谈判的关键要素需求——谈判存在的基础／061风险——风险和契约意识至关重要／067信任——谈判进入实质阶段的前提／068共赢——把“蛋糕”做得更大／070实力——权力才是真正的实力／072准备——谈判靠的不仅仅是口才／075风格——摸住对手的命脉／078第六章 在条款谈判中取得优势地位价格条款谈判策略／083返利条款谈判策略／084费用条款谈判策略／085促销条款谈判策略／086后勤条款谈判策略／087付款条款谈判策略／089……第三部分 商超渠道的商品管理第四部分 商超销售氛围管理及考核

## 章节摘录

版权页：插图：是因为他们所处的位置。
他们也有业绩和费用的压力，保住现有的位置并得到领导的认可，是他们“吆五喝六”的基础。
不是说吃喝、送礼品这些不重要，我当年也接送过采购的小孩子上学、放学，他母亲生病了我也去看望过。
但这些是在做交情，交情不是客情，殷勤礼貌只会让客户产生好感，但绝不会产生尊重。
有一个业务经理在做经销商客户时，曾经和一个客户关系甚好。
他经常帮客户搬货、理货，甚至运货，真是殷勤备至。
客户对他也是关怀有加，有时甚至非要请吃请住。
有一次，公司新增了一项业务，该业务经理便和这位客户谈起了这项业务，结果客户的回答是：“如果是你私人的生意，我就是赔本也跟你做；如果是你们公司的，没钱赚的生意我是不能做的。
”专业客情是建立在尊重的基础上的，是靠专业的销售理念、销售知识、销售技巧来维系的。
客户永恒不变的话题是获利，因此有必要让客户感觉到你做事认真、敬业踏实，你在做生意上比他强，比他专业，你能教他很多做生意的方法，能帮他创造销量和利润。
只有这样，客户才会尊重你、相信你，才会与你合作，而这些都是建立在商业利益的基础上的。
作为供应商的业务员，想要和商超建立专业客情，需要怎么做呢？
第一，要能提供资源。
凡是有利于提升商超形象与销售业绩的事情都被视为资源，比如促销活动、费用支持、形象包装、广告投入等。
商超对供应商利益贡献的期望，是要靠业务员与企业内部的积极沟通、争取来获得满足的。
请记住，无论你多么能干，多么善言，如果你向采购承诺的利益不兑现，他都是不会认可你的。

## 媒体关注与评论

在康师傅、中粮集团与家乐福激烈交锋之时，出版此书对指导“和谐”零供关系具有非常积极的意义。
本书内容系统、专业，相信一定会得到广大商超供应商的喜爱。
——《销售与市场》主编王晨王老师在我们经销商大会上，曾给洁丽雅的客户做过一次非常震憾的培训。
我相信这次的新著也会像王老师的课程一样实战、实用、实效。
——洁丽雅集团副总经理孟立顺王老师能从国内中小企业出发，站在供应商的角度去分析供零合作，非常契合我们的思维方式。
本书观点新颖、内容实用、表述生动，是一本提升国内供应商对商超渠道开发与管理水平的好教材!
——福建雅客糖果营销总监陈勇商超渠道对我们快消品企业而言越来越重要了，销售占比也越来越大。
王老师的这本书为我们提供了多方面的指导，是一本帮助我们解决实际问题的好书。
——蒙牛集团KA发展部总监顾景昆作为欧莱雅、美宝莲、羽西等多家一线化妆品品牌的广西总代理，我们正在一线和商超频繁“过招”。
王老师的这本新著内容很实用，对我们商超业务团队快速提升业务能力大有益处。
——广西大泽联合商业公司董事长聂峰辉王老师的这本书可以引导我们比较系统地思考与商超的合作，书中的剖析让人茅塞顿开，相信会给我的业务团队很多帮助。
——香雅国际集团(五谷磨房)董事长桂常青

## 编辑推荐

《赢在大卖场:商超渠道的开发与管理》：中国商超供零关系管理专家多年一线实战经验集成。

第一图书网, tushu007.com



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