

<<订货会全程操作实战手册>>

图书基本信息

书名：<<订货会全程操作实战手册>>

13位ISBN编号：9787560958392

10位ISBN编号：7560958397

出版时间：2010-1

出版时间：华中科技大学出版社

作者：郭汉尧

页数：197

字数：180000

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>

<<订货会全程操作实战手册>>

前言

销售力提升，关乎企业是否盈利，关乎企业生存。

在品牌产品、品牌店遍及大街小巷、各大卖场，充斥电视荧屏的市场环境下，企业如何加强自身修炼，显得至关重要。

销售力提升，需要我们做很多的自我完善工作，最终的目标是使消费者对我们的产品感兴趣，对我们有信心。

提升消费者这两点心理需求的核心就是加强我们的规范化管理、专业化服务水平。

让消费者感受到我们的产品、我们的服务很正规，很专业。

如果做不到这两点，那么，我们所有的创新服务理念，先进的市场营销理念都将是根基不牢，虚无缥缈的。

提升销售力迫在眉睫要解决的问题是如何提升销售体系中，品牌总部、经销商、终端店（品牌店）及对客服的规范化管理与专业化服务水平上。

郭汉尧老师是资深的销售力提升方面的专家，服务中国企业销售体系建设培训工作多年，对近千家企业客户的销售体系建设样本案例做了深入的研究和总结，结合多年的工作积累与体会，针对销售力提升的四个环节方面的工作，即品牌总部（厂家）订货会操作、经销商素质提升、客户分级管理、终端店业绩提升，给出了一套完备的解决方案。

分册撰写成书，以飨广大读者。

<<订货会全程操作实战手册>>

内容概要

订货会是企业独立举办的，以看样订货为基本内容的，附带诸多功能的商务活动。

订货会是企业的新品发布会，是企业直接面向市场的平台。

本书以订货会的准备、进行和后续三个阶段的具体实施方案为主要内容，详尽阐述了订货会的操作细节规范。

具有一定的可操作性和指导性，读者可参照执行。

<<订货会全程操作实战手册>>

作者简介

郭汉尧，实战派销售力提升专家，资深店长培训专家，资深品牌运营与策划专家，首创顶天立地四轮驱动品牌运作理念，多家成长型企业品牌营销顾问，拥有丰富的品牌运作及营销管理实战经验。几洲同行品牌营销策划机构领军人物，《销售与市场》杂志礼第一营销团专家，汉硕管理

<<订货会全程操作实战手册>>

书籍目录

第1章 订货会活动概述 1.1 什么是订货会 1.2 订货会功夫在“订货”外 1.3 订货会五大功能不可偏废 1.4 企业发展需要高效订货会 1.5 订货会上的培训活动 1.6 订货会如何造势 1.7 终端店长是最佳的专业买手 1.8 订货会“五三二”概念 1.9 评估后须跟进第2章 订货会准备阶段工作规范 2.1 订货会会务工作准备规范 2.2 会务工作职责划分规范 2.3 客户邀请工作规范 2.4 订货会活动筹划工作规范 2.5 经销商接待工作规范 2.6 订货会主题策划规范 2.7 订货会目标制定规范 2.8 订货会目标常见问题处理规范 2.9 涉会人员筛选规范 2.10 涉会人员工作沟通规范 2.11 货品陈列规范 2.12 目标客户邀请工作规范 2.13 广告宣传工作规范 2.14 新闻宣传工作规范 2.15 宣传资料编印工作规范 2.16 会前筹备会应解决的问题 2.17 会前检查会应解决的问题 2.18 会前动员会应解决的问题 2.19 订货会费用管理规范 2.20 订货会预算去向分配规范 2.21 订货会方案制定规范 2.22 展厅设计规范 2.23 订货会货品选择规范 2.24 货品布置构思规范 2.25 订货会安全工作规范 2.26 会场工作人员岗位监管工作规范 2.27 订货会会场掌控规范 2.28 订货会订单率保障操作规范 2.29 参会经销商培训工作规范第3章 订货会进行阶段工作规范 3.1 订货流程标准规范 3.2 客户沟通规范 3.3 会中销售礼仪规范 3.4 大客户服务规范 3.5 大客户管理规范 3.6 大客户行销规范 3.7 客户对价格或价值异议问题处理规范 3.8 会中客户对订货会/服务异议问题处理规范 3.9 会中客户拖延异议问题处理规范 3.10 会中客户隐藏异议问题处理规范 3.11 会中客户接待工作规范 3.12 会中洽谈工作规范 3.13 会中记录工作规范 3.14 会中联络、公关工作规范 3.15 会中调研工作规范 3.16 会中资料管理工作规范 3.17 展厅环境清洁工作规范 3.18 展厅安全管理工作规范 3.19 会中突发事件处理规范 3.20 展厅清理工作规范 3.21 订货会总结工作规范 3.22 客户跟进工作规范 3.23 老客户接待工作规范 3.24 订货会细节掌控工作规范第4章 订货会后续阶段工作规范 4.1 订货会后续工作内容 4.2 订货会后续工作规范 4.3 会后及时跟进工作规范 4.4 订货会评估工作内容 4.5 订货会活动质量评估标准 4.6 订货会效果评估工作规范 4.7 评估标准设定规范 4.8 评估前数据收集工作规范 4.9 统计分析工作规范 4.10 订货会工作总结撰写规范 4.11 总结卷宗设计规范 4.12 订货会策划方案评估工作规范第5章 实用表格举例 5.1 预算表(一) 5.2 预算表(二) 5.3 日程表 5.4 接待组工作追踪表 5.5 订货会车辆使用明细表 5.6 参会须知表 5.7 订货会记录表 5.8 会务联络人员名单规范表 5.9 企业调查表 5.10 订货会项目进度管理表 5.11 会中客户信息评估卡 5.12 订货会客户档案卡 5.13 会后总结报告(结构样板) 5.14 订货会评估数据表 5.15 订货会成本效益评估数据表附录一：A品牌成功订货会全程操作规范策划总结案附录二：订货会企划案模版附录三：剖析一次失败的订货会附录四：B品牌企业订货会会务手册范本

<<订货会全程操作实战手册>>

章节摘录

插图：3) 软件功夫订货会是什么样的形式，要不要搞走秀，要不要搞论坛，要不要搞研讨会、旅游会等各种情况，都要根据企业的品牌和规模大小来决定。

还有，制订吸引客户的订货会政策。

比如，补贴门店装修，使用返点、抽奖或者积分政策来刺激订货等。

会议的流程要有详细的时间安排。

接下来就是费用的预算，这场订货会准备花多少钱，做预算的时候还要预留一点作为应付突发事件的经费，预算多少同订货会要达到什么样的效果成正比。

2. 订货会中要注意细节 经销商、代理商对整个订货会的货品和活动，都是通过观看来了解的，所以企业要通过经销商观看的过程刺激他们对品牌的忠诚度，刺激他们在经销区域进一步把市场做好。

订货会的准备工作必须做到事无巨细，拥有很好的现场效果，吸引经销商的眼球，让经销商有很好的直观印象。

经销商选择的款式和订货的数量都要考虑终端的相应情况，这是需要沟通的。

比如某个经销商准备订100万元的货品，作为总公司，有必要帮经销商分析这100万元的货品如何分配及销售。

该经销商现有多少门店，要新增多少门店，货品与门店的分配，这些都是沟通的内容。

在前面漫长的准备过程之后，订货相当于临门一脚，直接决定订货会的成败。

比如说，本来一张喷绘得很好的海报贴在墙上，结果到了现场海报的四个角都卷起来了，对订货会的形象就有影响，再比如样衣是否保证都缝上了商标等，这些很细节的工作都直接影响着经销商对厂商品牌的判断。

<<订货会全程操作实战手册>>

编辑推荐

《订货会全程操作实战手册》是一本订货会全程操作的指导书。订货会是一个平台，它的成功举办关系到企业的形象，关系到客户对企业的信心，也关系到企业产品推广及销售业绩，因此如何科学有效运作一次订货会显得尤为重要。

<<订货会全程操作实战手册>>

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>