

<<兽药与饲料营销操典>>

图书基本信息

书名：<<兽药与饲料营销操典>>

13位ISBN编号：9787801679482

10位ISBN编号：7801679482

出版时间：2006-4

出版时间：中国农业科技出版社

作者：秦耀明

页数：446

字数：550000

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>

<<兽药与饲料营销操典>>

内容概要

本书以兽药饲料营销管理为主线，从营销实战操作的角度出发，理论结合案例，详细介绍了兽药饲料企业营销实践，从中看到最新的营销和管理理念，窥探到兽药饲料营销领域的最新动向。

全书共分六章及附录，并有企业案例分析。

介绍兽药饲料组织机构与职能职责、营销队伍建设与管理、营销谋略、营销管理、营销服务、营销财务管理的有关内容，附录介绍国内外畜牧业、饲料、兽药生产营销状况及兽药饲料政策法规条例。

本书对广大兽药饲料生产企业及营销管理和操作者来说，针对性强、可操作性强，通俗易懂，是一本相当实用的工具书。

同时，可作为在校畜牧兽医、动物营养以及营销专业的师生课外阅读书，又可供兽药饲料生产企业及营销管理者作培训教材使用。

<<兽药与饲料营销操典>>

作者简介

秦耀明，湖北黄冈人。

1984年起，一直从事兽药饲料营销管理工作。

先后就职于湖北黄冈兽药公司、上海春晴、世红生物、精华集团、多维药业等知名企业。

从营销员做起，当过办事处经理、产品部经理、营销部经理、市场部经理、副总经理、集团部经理、营销总监、总经理、企业管理顾问等。其管理经验被《世界人物辞海》收录。

二十余年来，足迹遍及全国25个省市区。签订或审定合同超过10000份。

现任多维药业集团部经理。

主要学术论文

1.《农业实用技术百科全书》作者；2.《猪白细胞干扰素作用机理及临床应用》独立完成3.《驴腹静脉注射法》独立完成；4.《猪结肠肿瘤手术报告》独立完成。

学习与培训

湖北省黄冈农校、清华大学MBA

特点

丰富的营销实践，最前沿管理理论，成功的个案策划，良好的业界口碑。

<<兽药与饲料营销操典>>

书籍目录

第一章 兽药饲料营销组织结构与职能职责 第一节 兽药饲料营销组织结构 一、兽药饲料营销组织结构 二、兽药饲料生产组织结构 第二节 兽药饲料营销组织模式 一、区域管理型组织模式 二、产品管理型组织模式 三、客户管理型组织模式 四、职能管理型组织模式 第三节 兽药饲料营销部门职能 一、营销总部(中心) 二、营销部(内贸部) 三、市场部 四、技术服务部 五、办事(区域)处 六、营销财务部 第四节 营销部门与相关部门的联系 一、营销部与市场部 二、营销部与研发部 三、营销部与财务部 四、营销总监与财务总监 第五节 兽药饲料岗位职责 一、总经理岗位职责 二、营销总监岗位职责 三、营销部经理岗位职责 四、市场部经理岗位职责 五、技术服务部经理岗位职责 六、办事(区域)处经理岗位职责 七、营销人员岗位职责 八、财务部经理岗位职责 第二章 兽药饲料营销队伍建设与管理 第一节 兽药饲料营销人员招募 一、营销人员招聘 二、营销人员面试 三、营销人员录用 第二节 兽药饲料营销人员培训 一、营销培训流程 二、营销培训计划 三、营销培训内容 四、营销人员仪容、仪表、着装要求 五、营销人员行为规范 六、营销礼仪 第三节 兽药饲料营销人员激励 一、激励基本原则和意义 二、不同发展阶段激励措施 三、激励机制设计原则 四、激励方式、方法 五、激励的实施 六、非物质激励 七、激励与考核 八、激励与管理 九、激励与奖惩 十、激励与格言 第四节 兽药饲料营销人员报酬 一、薪酬的意义 二、薪酬的概念 三、确定报酬水准的原则 四、确定报酬水准应考虑的因素 五、薪酬的权变因素 六、薪酬的体系 第五节 兽药饲料营销团队建设 一、营销团队的力量 二、营销团队的基本要素及意识 三、营销团队的基本特征 四、营销团队角色诊断与管理 五、营销团队的目标 六、营销团队的组建 七、营销团队留人的方法 第三章 兽药饲料营销谋略 第一节 运筹帷幄之中。决胜千里之外 一、如何实现企业家的最高境界 二、如何做成功的总经理 三、如何成为合格经理 四、营销经理做什么 五、如何扮演营销经理角色 六、如何管理发展中的企业 七、企业成败在何人 八、如何留住企业的核心营销人员 九、为何营销用人急躁不得 十、如何使营销成功 十一、如何管理营销人员 十二、如何管理营销人员的行动过程 十三、如何管理大客户 十四、为什么兽药饲料不能搞赊销 十五、如何设定年度营销目标 十六、如何写营销总结 第二节 高屋建瓴制胜道、步步为营出奇招 一、营销人员运作市场关键要素 二、营销人员开拓市场需要“六心” 三、如何以良好心态助成功 四、兽药饲料营销新思路 五、如何利用好企业的信息资源 六、如何解剖办事(区域)处的总销量 七、办事(区域)处经理,如何以身作则分解自身“压力” 八、如何检讨自己的营销能力 九、在申请发货时,如何安排发货的先后顺序 十、怎样“借戏搭台”、“借台唱戏”做促销 十一、经销商愿意经销的产品 十二、管理部门“找毛病”罚款怎么办 十三、客户反映“产品”有质量问题怎么办 十四、产品出了一点质量问题虽以圆满解决?但用户仍提出不再与我们合作怎么办 十五、如何应对索赔 第三节 注重心理和感情。成交可在谈笑中 一、如何察颜观色,以情动人 二、如何先交朋友后做生意 三、如何取悦客户 四、如何制造最合适的客户 五、如何创造需求 六、如何发掘潜在客户 七、如何勇敢地面对竞争 八、如何趁热打铁 九、如何让客户记住你 十、如何有效地沟通 十一、如何应对客户的拒绝 十二、如何控制情绪 十三、如何为客户服务 十四、如何选择经销商 十五、如何为经销商服务 十六、如何应对客户说“不” 十七、如何应对客户说“没” 第四章 兽药饲料营销管理 第一节 兽药饲料营销诊断 一、营销诊断流程图 二、营销全面诊断 三、营销问题发掘 四、营销经理自查 第二节 兽药饲料营销人员过程管理 一、加强办事(区域)处工作报告的考核 二、提高信息反馈质量 三、加强营销审计 四、加大客户开发力度 五、办事(区域)处及业务人员管理重点 六、营销部与办事(区域)处信息沟通重点 七、办事(区域)处经理日常工作重点 八、办事处经理守则 九、客户开发中营销人员应当具备的条件 十、不受欢迎营销人员类型 十一、小故事、大道理 第三节 兽药饲料客户管理 一、客户管理认识 二、客户管理目的 三、客户管理原则 四、客户管理规划 五、客户管理内容 六、客户合同管理 七、客户库存管理 八、客户客情管理 九、客户预警管理 第四节 兽药饲料危机管理 一、危机管理三个层次 二、危机具有四大特点 三、危机预警及措施 四、危机中吸取经验教训 第五章 兽药饲料营销服务 第一节 兽药饲料营销服务 一、营销服务概念 二、营销服务意义 三、营销服务分类 四、营销服务体系 第二节 兽药饲料技术推广服务 一、产品推广管理 二、产品推广策

<<兽药与饲料营销操典>>

略 三、产品推广要点 第三节 兽药饲料客户异议处理 一、客户异议概念 二、客户异议类型 三、客户异议形式 四、处理异议步骤 五、处理异议策略 六、处理异议技巧 第四节 营销服务与4P、4C、4R营销理论 一、4P理论 二、4C完善4P步入现代 三、营销理论最新进展——4R理论 四、4Ps、4Cs、4Rs三者之间关系 第六章 兽药饲料营销财务管理 第一节 兽药饲料营销财务管理 一、营销回款管理 二、营销抵账管理 三、营销发票管理 四、营销收款管理 第二节 兽药饲料办事(区域)处财务管理 一、办事(区域)处费用报销规定 二、营销中需完善财务手续 三、应收账款账务建立 四、借支账款账务建立 五、营销费用报销流程 第三节 兽药饲料财务操作实务 一、对费用发生时取得原始凭证的要求 二、结算方式 三、财务部门与业务部门配合事项 第四节 兽药饲料帐款催收招术 一、控制信用风险 二、追帐技巧 附录 附录一 畜牧业、饲料兽药发展现状 第一节 畜牧业发展现状 一、世界畜牧业现状 二、中国畜牧业现状 第二节 饲料行业发展现状 一、世界饲料行业现状 二、中国饲料行业现状 第三节 动保行业发展现状 一、世界动保行业现状 二、中国动保行业现状 附录二 兽药饲料法规条例 第一节 兽药法规条例 一、畜牧法 二、兽药管理条例 第二节 饲料法规条例 一、饲料和饲料添加剂管理条例 二、允许使用的饲料添加剂品种目录

<<兽药与饲料营销操典>>

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>