

<<如何做好区域经理>>

图书基本信息

书名：<<如何做好区域经理>>

13位ISBN编号：9787801972422

10位ISBN编号：7801972422

出版时间：2005-6

出版时间：企业管理出版社

作者：熊超群

页数：204

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>

<<如何做好区域经理>>

内容概要

企业必须让人才队伍超前于事业发展，才能更快地适应竞争市场并得以发展。因此必须做好下列三项工作： 其一是监督指导。培训组织者对培训的组织实施应进行监督与指导，重点做好课程内容先后次序的安排与协调。

其二是分析和修正评价标准。根据信息反馈，对原定评价标准进行分析和修正，以便客观公正地评价培训效果。

其三是评价培训效果。培训效果的评价包括两层意思，即培训工作本身的评价以及受训者通过培训后所表现的行为，整个培训效果评价可分为三个阶段；第一阶段，侧重于对培训课程内容是否合适进行评定，通过组织受训讨论，了解他们对课程的反映。

第二阶段，通过各种考核方式和手段，评价受训者的学习效果和学习成绩。

第三阶段，在培训结束后，通过考核受训者的工作表现来评价培训的效果。如果对受训者前后的工作态度、熟练程度、工作成果等进行比较来加以评价。

<<如何做好区域经理>>

作者简介

熊超群先生现任影响力教育训练集团董事，首席知识官；广州赛艾诺（影响力）管理咨询有限公司董事长；中国管理科学研究院研究员；广东省职业经理人协会培训导师；英国剑桥考试委员会&国家劳动和社会保障部高级人力资源管理师认证教官；澳大利亚西海岸管理科技学院MBA客座教授。

熊超群先生在解决“人”与“市场”问题方面有独到的管理实务与咨询经验，其专业领域在于战略规划与经营计划咨询、组织发展与人力资源体系建立、策略性营销规划与销售管理体系建立。

熊超群先生曾担任东川商事（东芝）中国有限公司人事课长、营销副总、人力资源总监、视听事业部总经理，拥有17年的管理与咨询实务工作经验，先后担任30余家大型企业常年顾问。

熊超群先生过去服务、顾问咨询及授课的客户包括东川商事、日本山之内制药、实达集团、万科股份、海尔集团、大庆油田、TCL电器、步步高电器、乐华电子、泛洋嘉荣、ABB、万家乐、北大方正、熊猫电子、LG、中欧电子、飞达

<<如何做好区域经理>>

书籍目录

第一章 区域经理的主要行为.....1一、区域经理的行为综述.....

.....3拜访是主要工作方式.....3扮演好供应商的角色是本职工作.....3建立良好的“客情关系”.....

.....3熟悉市场.....4理性地对工作进行反省,抓住一切机会增进销量.....4二、区域经理的三大行动目标.....5为经销商设计发展目标.....5三、选择经销商与考察经销商.....

.....8选择经销商.....8获取经销商的信息.....14考察经销商.....15

【案例】寻找经销商与进行市场布局.....16第二章 区域经理的使命与职能.....

.....23一、区域经理的使命.....25二、区域经理的职能.....25实务中实现区域经理职能的一些难点及其解决方法.....26三、组建商务平台.....27【情景体验】搭建平台.....27组织运作原理.....

.....27【案例】M&N公司商务平台的完善与提升.....29四、商务活动中的具体职能——销售活动管理.....30销售活动管理的意义.....30销售活动管理的目的.....31销售活动管理的内容.....

.....31第三章 区域经理的角色.....47一、区域经理的角色六面.....49经营策划者.....

.....49区域权威.....50优秀的教练员.....50区域领导.....51信息接收者.....52信息发送者.....

.....52【情景体验】做一个领导者.....53【参考答案】区域经理必须具备的八项基本素质.....57二、区域经理管理经销商时的角色.....58角色一:做经销商的经营顾问和参谋.....58角色二:做经销商的导师.....62角色三:做经销商的大管家和经理人.....62三、从信息接收者与信息发送者的角色看客户管理.....64关于客户的信息收集与分析.....64销售代表的信息管理.....64客户信息的内容.....69客户管理的目的.....70客户管理的主要内容.....71第四章 区域经理的六种武器.....75一、第一种武器:管理.....77管理渠道的步骤与要点.....78管理渠道的七个原则.....78【案例】管理渠道的策略与方法.....83二、第二种武器:服务.....85【讨论】在进行新产品推广时与市场竞争环境下如何服务经销商?.....86三、第三种武器:专业.....91树立专业形象的步骤与要点.....91努力提升专业形象.....92与客户互动的步骤与要点.....93四、第四种武器:互动.....93做一个有企划头脑的区域经理的步骤与要点.....94【案例】对各地不同特色的了解.....94六、第六种武器:进步.....95自我检查反省的步骤与要点.....95【讨论】区域经理在经营活动中的检查与反省.....96第五章 做好日常工作.....101一、制订区域业务计划.....103业务计划的意义.....103区域业务计划的作用.....103市场业务计划的类型.....105制定市场业务计划的注意事项.....105市场业务计划评价.....106市场业务计划

<<如何做好区域经理>>

的内容.....107市场业务计划的实施.....

.....108二、综合业务管理.....116区域综合业务管理的要点

.....117三、开展销售业务.....

.....119销售方针与政策的有效性.....119四、信息管理.....

.....120信息管理的要点.....120五、

配合上级业务检查.....121接受业务稽查的关键是事前审阅.....

.....121六、保持与总部的有效沟通.....122与总部互动中

善意的对抗.....122七、处理好与上级的关系.....

.....123处理上下级关系要沟通.....123第六章 区域经理工作

时间安排.....125一、区域经理如何安排时间.....

.....127行政工作与财务工作是必须做好的.....127参加营销和促销活动.....

.....128指导员工.....128培育

客户关系(客情关系).....128二、时间管理的要点.....

.....129三、时间管理的系统方法.....130需要改进时间

管理的现象.....131时间的三大杀手.....

.....132时间管理十二法.....134四、有效推进工作.....

.....137确定工作目标.....138

明确问题的性质.....139端正面对目标的态度.....

.....140工作循环.....141推进工作——

解决问题.....142解决问题通用的9个步骤.....

.....143第七章 区域办事处与公司总部的关系.....147一、区域办事处与销售

部的关系.....149区域办事处与销售部的的主要业务关系.....

.....149区域经理与销售部的关系要点.....150区域经理与销售部、策划部有哪

些需要沟通,关系怎样处理?.....150二、区域办事处与市

场部的关系.....151区域办事处与市场部在职能上的区别.....

.....151市场部谋划营销战略.....152市场部与区域经理的工作配合要

点.....152三、当好下属.....153做一

个好下属.....154四、与高层互动.....

.....162讲制度还是讲人情?.....162与老板相处之道...

.....163五、正确看待奖励与惩罚.....

.....167胡萝卜和大棒各有好处.....167心态的平衡.....

.....168附录(一):区域经理岗位描述.....171附录(

二):销售经理岗位描述.....173第八章 销售队伍的建设.....

.....175一、确定销售队伍目标.....177二、确定销

售队伍战略.....179销售代表与客户的接洽方式.....

.....179三、规划销售队伍的结构.....180按地区安排.....

.....181按区域大小安排.....

.....181按区域形状安排.....181按产品类别安排.....

.....182按市场类别安排.....182复合式

结构安排.....182【案例】某电工产业四川办事处人员结构.....

.....183四、设计销售队伍的规模.....185确定销售队伍规

模的“工作量法”.....185五、设计销售队伍的报酬.....

.....186纯薪金制.....186纯佣金制.....

.....186薪金佣金混合制.....187薪

酬设计的实际要点.....187六、招聘和选拔销售代表.....

.....187选择标准的确定与在实际招聘中的把握.....188【讨论】目前M

& N公司在实际招聘中确定的标准.....189引荐的实际操作.....

<<如何做好区域经理>>

.....189七、销售代表的训练.....190销售代表训练的目标...
.....190销售代表训练的必要性.....
...191销售代表的训练方式.....191八、销售代表的激励.....
.....192激励的实际操作.....192九、
销售代表的监督.....194制定访问客户的标准.....
.....194有效支配销售时间.....195十、销售代表的
评价.....196评价信息的获取.....
.....196正式评价.....197【案例】成批设备的成功竞
标.....199后记.....
...203

<<如何做好区域经理>>

章节摘录

区域经理的行为综述 1. 拜访是主要工作方式 2. 扮演好供应商的角色是本职工作 3. 建立良好的“客情关系” 4. 充分熟悉市场 5. 理性地对工作进行反省, 抓住一切机会增进销量 拜访是主要工作方式 拜访是不是很重要? 是的, 是第一位的, 我做区域经理的经验就是不停地拜访, 拜访对象包括: 经销商、竞争对手、采购主管、设计院、集团客户的采购经理等。

扮演好供应商的角色是本职工作 区域经理站在公司角度是一个供应商, 必须完成产品供应的规定动作。

建立良好的“客情关系” 区域经理要建立良好的“客情关系”, 首要的一点是要让经销商与客户信任你。

信任是对你的相信, 通过树立专业形象, 协助经销商“专业”地运作市场, 可以有效地让客户信任你, 这是建立良好“客情关系”的法宝。

在树立公司的形象方面, 怎样协助经销商去专业化地运作市场, 建立一个良好的客情关系, 是日常工作中需要经常做的。

而只有充分树立经销商对公司产品的经销信心和对公司的归属感, 才能得到他们更好的合作。

树立经销商对公司产品的信心和对厂家的归属感, 也就是大家经常谈到的对厂家忠诚度的培养, 这是区域经理的日常工作。

熟悉市场 充分熟悉市场, 才能了解市场的发展趋势, 才能预测风险, 才能看到市场机会并主动出击, 而不是等问题成堆再去解决。

区域经理要熟悉市场, 熟悉竞争环境, 熟悉产品的销售状况, 熟悉每一个渠道, 在促销、铺货以及与竞争者打竞争战时, 我们怎么样去预测攻击点, 怎么样找准机会“出击”, 是主动出击, 而不是选择问题来找你, 这也是区域经理的行为准则。

理性地对工作进行反省。

抓住一切机会增进销量 理性地反省自己的工作, 才能抓住一切机会增进销量。

区域经理要不断地反省自己的工作, 要抓住所有的机会去增加销量, 因为销量是衡量营销工作的记录成果, 这是硬指标, 是硬道理。

<<如何做好区域经理>>

编辑推荐

本书介绍了区域经理的主要行为、使命与职能、角色、六种武器、工作安排以及怎么样做好日常工作等内容，教您怎样提高区域驾驭能力，是影响力和再训练机构的营销类培训的经典教材，对企业及其营销人员会有极大帮助。

<<如何做好区域经理>>

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>