

# 《销售管理实务》

## 书籍信息

版次：1

页数：

字数：

印刷时间：2009年09月01日

开本：16开

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787302203582

## 编辑推荐

本书\*\*版已经出版，点击书名跳转至新书页面：

[《销售管理实务（第2版）》](#)

## 内容简介

销售管理是市场营销专业学生必修的核心课程之一。本书从销售经理的角度，按照销售管理活动的程序，对销售管理涉及的销售组织建设、销售规划管理、销售对象管理、销售货品管理、销售人员管理和销售过程管理及销售诊断与分析等进行了系统的阐述，几乎涵盖了销售管理的所有重要问题，反映了销售理论和实践方面的\*发展。

本书结构清晰，案例丰富，特别针对高等院校课程量的设置以及高校培养学生的创新能力和实务操作水平的要求，所以非常适合作为大学本科经济管理专业的教材和参考资料。此外，本书兼顾了实际工作者的需要，所以它也适用于不同层次、不同领域的企业管理人士自学和培训。

## 目录

### 第一篇 销售管理介绍

#### 第一章 销售管理概述

##### 导入案例

##### 第一节 销售和 sales 管理

##### 第二节 销售管理的职能和内容

##### 第三节 销售及销售管理的发展趋势

##### 本章小结

##### 案例分析

##### 复习思考题

### 第二篇 建立销售组织

#### 第二章 销售组织的建立

##### 导入案例

##### 第一节 销售组织概述

##### 第二节 销售组织的建立

### 第三节 销售组织的职责

本章小结

案例分析

复习思考题

## 第三篇 销售规划管理

### 第三章 销售计划管理

导入案例

第一节 销售计划

第二节 销售预测

第三节 销售定额

第四节 销售预算

第五节 销售计划的编制

本章小结

案例分析

复习思考题

### 第四章 销售区域的设计与管理

导入案例

第一节 销售区域的设计

第二节 销售区域的管理

本章小结

案例分析

复习思考题

### 第五章 销售渠道的建设与管理

导入案例

第一节 销售渠道的构成

第二节 销售渠道的设计与开发

第三节 销售渠道的管理

本章小结

案例分析

复习思考题

### 第六章 促销策划

导入案例

第一节 促销沟通理论

第二节 广告策划

第三节 公共关系策划

第四节 销售促进策划

本章小结

案例分析

复习思考题

## 第四篇 销售对象管理

### 第七章 客户管理

导入案例

第一节 客户关系管理
第二节 客户信用管理
本章小结
案例分析
复习思考题
第八章 中间商客户管理
第九章 服务管理
第五篇 销售货品管理
第十章 销售货品管理
第六篇 销售人员管理
第十一章 销售人员的招募、甄选与培训
第十二章 销售人员的激励
第十三章 销售人员的考评与报酬
第七篇 销售过程管理
第十四章 销售准备
第十五章 销售展示
第十六章 处理顾客异议
第十七章 促进成交
第八篇 销售诊断、分析与评价
第十八章 销售诊断与分析
参考文献

## 在线试读部分章节

### 第一章 销售管理概述

#### 学习目标

学完本章后，应当能够：

- (1) 了解销售和销售管理的相关概念；
- (2) 掌握销售管理的职能和内容；
- (3) 了解销售和销售管理的发展趋势。

#### 导入案例

某葡萄酒厂一新品依靠原产地的优势在本省市场取得了较好的销售业绩。厂家急于扩大该产品的知名度和销量，试图在中秋和国庆期间利用商场促销好好地火一把，于是决定在全国的连锁超市中实行20%的让利促销。此举使它的零售价格比主要竞争对手的商品低了10%。从活动本身来看无可厚非，在本省也提高了不少的销量，但问题是它这个产品在80%的周边省市还基本处于产品推广阶段。可想而知，这个促销在整体上并没能取得较好的业绩回报。

这个案例之所以失败，简单来说是由于厂家在促销的范围上没有把握好。一般来讲，推广阶段的产品需要让消费者尽快地尝试购买，所以促销较多采用免费品尝、样品派送

、赠品捆绑、宣传等等手法。深入剖析，我们可以发现：销售的过程不仅仅是一个卖的动作，而是一个复杂的过程。为什么生产同样产品的企业，其产品的销量却有很大的差别？请在本章的内容中寻找答案。

.....

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www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)