

<<销售管理>>

图书基本信息

书名：<<销售管理>>

13位ISBN编号：9787040304251

10位ISBN编号：7040304252

出版时间：2010-12

出版时间：高等教育出版社

作者：熊银解 等主编

页数：421

字数：450000

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>

<<销售管理>>

内容概要

《销售管理(第3版)》是教育部“高等教育面向21世纪教学内容和课程体系改革计划”的研究成果，是高等学校市场营销专业主干课程系列教材之一，也是普通高等教育“十一五”国家级规划教材。

《销售管理(第3版)》在第二版的基础上进行了修订，全书贯穿融入营销管理的新思想，以“融入”、“竞争”和“团队”为主线展开讨论。

《销售管理(第3版)》从论述销售管理的地位与作用入手，系统介绍了销售计划管理、组织与团队管理、销售网络管理、销售领导、销售竞争、销售评价等内容。

《销售管理(第3版)》注重销售管理的系统性和效率，注重企业销售竞争力的培养。

《销售管理(第3版)》的特色：一是以管理视点引导学习者思考；二是融入了营销新概念，以指导销售人员和经理更好地进行销售及其管理工作；三是注重贴近企业实际，针对学习者的实践技能的提高。

《销售管理(第3版)》既适合于作为高等院校市场营销及相关专业的教材，也适合于作为企业的各级领导、营销经理、销售经理、销售主管和MBA学员的培训教材。

<<销售管理>>

作者简介

编者:熊银解(美国)查尔斯·M.福特雷尔 张广玲

查尔斯·M.福特雷尔(Charles M.

Futrell)先后获得过工商管理学士学位、工商管理硕士学位和营销学博士学位,现任得克萨斯A&M大学梅斯(Mays)商学院的营销学联席教授。

1991年夏出版的《人员推销和销售管理杂志》上的一篇文章将其列为全美最杰出的三位销售学研究人员之一;他是第一位当选美国市场营销协会销售与销售管理专业委员会主席的人(1996-1997财政年度);1997年夏季出版的《市场营销学教育家》将他列为全美最杰出的100位市场营销学研究人员之一;销售

与营销国际管理委员会(Sales

and Marketing Executives

International)2007年授予他营销教育者称号。

福特雷尔编写和合作编写著作和教材八本,他的《销售学基础》、《销售管理》在中国翻译并出版。

主要研究方向:市场营销、销售管理、推销学。

熊银解,华中农业大学MBA教育中心副主任、华中农业大学经济管理学院工商管理系副主任、华中农业大学楚天学院市场营销学首席教授。

长期从事市场营销、企业发展研究,主讲“企业管理”、“销售管理”、“市场营销”等课程,主持各类科研课题20多项,主编和合作编著《销售管理》(面向21世纪课程教材)、《现代企业管理》、《管理制胜》等教材和著作10余本,公开发表《供应链管理与企业商务营销策略的选择》、《企业管理原则的探讨》等论文30余篇,获得湖北省自然科学学术论文二等奖、武汉市科技进步三等奖等各种奖励10余项。

曾担任过企业总经理、公司独立董事,长期为一些企业担任管理顾问。

社会兼职有湖北省市场营销学会理事、中国高校市场营销学会理事等。

<<销售管理>>

书籍目录

第一章 销售管理概述

- 第一节 销售的性质与作用
- 第二节 销售管理的基本原理
- 第三节 销售管理发展的趋势
- 第四节 从销售员向销售经理的转变
- 本章小结
- 思考题
- 本章案例

第二章 销售计划管理

- 第一节 销售目标管理
- 第二节 销售预测
- 第三节 销售配额与预算
- 本章小结
- 思考题
- 本章案例

第三章 销售组织与团队

- 第一节 销售组织的基本原理
- 第二节 销售组织的类型
- 第三节 销售组织的改进与团队建设
- 本章小结
- 思考题
- 本章案例

第四章 销售人员的招聘与培训

- 第一节 合格销售人员的条件
- 第二节 销售人员的招聘与录用
- 第三节 销售培训的原则、内容与方法
- 第四节 销售会议培训
- 本章小结
- 思考题
- 本章案例

第五章 销售人员的报酬与激励

- 第一节 销售报酬的作用与类型
- 第二节 销售报酬模式的选择
- 第三节 销售人员激励管理
- 第四节 销售文化激励
- 本章小结
- 思考题
- 本章案例

第六章 销售程序与模式

- 第一节 销售程序
- 第二节 销售方格理论
- 第三节 销售模式
- 本章小结
- 思考题
- 本章案例

<<销售管理>>

第七章 销售技术

第一节 开发客户的方法

第二节 有效处理异议的技巧

第三节 促成交易的技术

本章小结

思考题

本章案例

第八章 销售区域与时间管理

第一节 销售区域管理概述

第二节 销售区域的设计

第三节 销售区域战略管理

第四节 销售辖区的时间管理

本章小结

思考题

本章案例

第九章 销售网络管理

第一节 销售网络概述

第二节 销售网络的设计与开发

第三节 不同种类商品销售网络的构建

第四节 销售网络的管理

本章小结

思考题

本章案例

第十章 客户管理

第一节 客户管理概述

第二节 客户分析

第三节 客户投诉的处理

第四节 数据库与客户关系管理

本章小结

思考题

本章案例

第十一章 销售竞争管理

第一节 销售竞争的特点

第二节 销售竞争的策略

第三节 提高销售核心竞争力

本章小结

思考题

本章案例

第十二章 销售人员的绩效考评

第一节 销售绩效考评概述

第二节 销售人员绩效考评的内容与方法

第三节 销售效率雷达图分析法

本章小结

思考题

本章案例

第十三章 销售团队的领导

第一节 领导的本质

<<销售管理>>

第二节 销售经理领导综合模型

第三节 销售群体

第四节 具体条件

本章小结

思考题

本章案例

第十四章 销售效率评价

第一节 销售效率分析

第二节 销售组织审计

第三节 销售控制

本章小结

思考题

本章案例

主要参考文献

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>