

## 《现代企业销售管理体系建设与管理技巧》

许多企业在销售管理体系建设上存在一些问题。如：无目标明确的年度、季度、月度的市场开发计划；销售目标不是建立在准确把握市场机会、有效组织企业资源的基础上确定的，而是拍脑袋拍出来的；销售计划没有按照地区、客户、产品、业务员等进行分解，从而使计划无法具体落实；各分公司的销售计划是分公司与公司总部讨价还价的结果；公司管理层只是向业务员下达目标数字，却不指导业务员制定实施方案；许多企业销售计划的各项工作内容，也从未具体地量化到每一个业务员头上，业务员不能根据分解到自己头上的指标和内容制定具体的销售活动方案，甚至，有的业务员不知道应该如何制定自己销售方案等。由于没有明确的市场开发计划，结果，企业的销售工作失去了目标，各种销售策略、方案、措施不配套、预算不确定、人员不落实、销售活动无空间和时间概念，也无销售过程监控和效果检验措施。这样，在竞争激烈的市场上，企业的销售工作就象一头闯入火阵的野牛，东冲西撞最后撞得头破血流。另外，像业务员管理失控，“只要结果，不管过程”；不对业务员的销售行动进行监督和控制；客户管理粗糙；市场信息反馈差；业绩无考核；制度不完善等问题也普遍存在。

无数销售实战证明，不健全的销售管理体系，已成为制约企业销售工作顺利开展的陷阱。要搞好产品销售工作，企业必须建立一套完善的销售管理体系，才能在竞争惨烈的商战中立于不败之地！

本课程基于世界500强企业先进的销售管理理念和培训师10几年的跨国公司一线销售管理实战经验而设计，希望为成长中的销售管理体系提供前瞻性的建议，同时提供一套高效实用的销售管理技术和工具。

课程目的：

- 1、使学员了解销售管理的范围并学会识别目前销售管理的问题和改进方向；
- 2、使学员掌握销售管理体系的建设和维护方法；
- 3、使学员掌握销售管理六大模块的具体的管理办法
- 4、使学员熟练掌握销售管理的专业技巧和管理工具

课程内容：

### 第一部分：销售管理与销售管理体系建设精要

- 一、营销与销售的基本概念
- 二、销售管理体系问题诊断
- 三、销售管理体系建设的一般原则
- 四、销售管理体系的基本组成部分

## 第二部分：如何建立和保持销售管理工作的好运转？

### 壹、 产品与市场管理

- 市场细分与目标市场选择
- 消费者行为分析
- 竞争分析
- 产品定位
- 营销策略与营销计划制定
- 4Ps 组合
- 产品销售手册的形成

### 贰、 客户管理

- 客户档案
- 80 : 20 原则
- 客户分级管理体系建设
- 销售漏斗管理
- 客户问题与需求分析
- 根据客户级别分配资源
- 制定差异化客户战略和计划
- 重点忠诚客户发展计划
- 客户管理手册形成

### 三、 渠道管理

- 渠道管理基础
- 经销商选择与培养
- 商业政策的制定
- 跟踪商品流向与窜货控制
- 分销价格控制
- 商业资信与回款控制
- 发展忠诚的经销商
- 经销商拜访管理
- 商业谈判策略
- 商业合同与档案管理要点
- 经销商管理手册形成

### 四、 竞争管理

- 识别主要竞争对手和竞争产品
- 竞争对手档案建立
- 收集竞争信息
- SWOT分析
- 差异化销售策略与计划

- 竞争管理手册形成

## 伍、 销售过程管理

- 销售目标制定与分解
- 销售计划要求
- 销售拜访要求
- 销售总结分析要求
- 协同拜访要求
- 销售报表体系建设
- 销售绩效考核
- 销售会议管理
- 常见客户异议的收集与处理
- 销售过程管理手册形成

## 六、 销售队伍管理

- 销售经理与销售代表的岗位职责
- 销售人员招聘
- 销售人员道德约束
- 销售人员激励政策
- 销售人员职业生涯规划
- 销售人员培训与辅导
- 销售团队建设

### 课前准备：

- 1、除一般课程常备的器材（如电脑投影仪、白板等）外，需特别准备 A4打印纸200张、胶水（或胶棒）每组一瓶、flip-chart纸（每组至少5张）、彩笔（或白板笔）每组至少一支、
- 2、会场布置应适合分组讨论，每组5 - 6人，并且室内应有足够的活动空间。