

《销售管理》教学大纲

第一章 销售管理概述

第一节 销售的性质与作用

- 一、销售的基本含义
- 二、销售在企业中的作用
- 三、销售观念的发展
 - (一) 传统销售观念
 - (二) 现代销售观念

第二节 销售管理的基本原理

- 一、销售管理的含义
- 二、销售管理的内容
- 三、销售管理的程序

第三节 销售管理与营销管理

- 一、营销战略与销售战略
- 二、销售管理与营销管理的联系与区别

第四节 从销售员向销售经理的转变

- 一、销售经理的职责
- 二、实现从销售员向销售经理的转变

[思考题]

1. 销售观念的转变经历了哪几个阶段?
2. 怎样才能实现从销售员向销售经理的转变?

第二章 销售计划管理

第一节 销售目标管理

- 一、销售目标的内容
- 二、销售目标制定的程序
- 三、销售目标值的确定方法

第二节 销售预测

- 一、销售预测概述
- 二、销售预测的程序
- 三、销售预测的方法

第三节 销售配额与预算

- 一、销售配额的作用及确定的程序
- 二、销售配额的类型与分配方法
 - 1、销售量配额 2、财务配额 3、销售活动配额 4、综合配额
- 三、销售预算管理

[思考题]

1. 如何对销售预算进行控制?

第三章 销售组织

第一节 销售组织的基本原理

- 一、销售组织的基本含义

二、影响销售组织设置的因素

三、建立销售组织的步骤

第二节 销售组织的类型

一、区域结构型组织

二、职能结构型组织

三、产品结构型组织

四、顾客结构型组织

五、销售组织类型的新发展

第三节 销售组织的改进与团队建设

一、销售组织是变化的

二、销售组织的改进

三、销售团队建设

[思考题]

1. 怎样改进销售组织以适应市场变化?

第四章 销售区域管理

第一节 销售区域管理的步骤

一、销售区域的含义

二、销售区域的作用

三、销售区域管理的步骤

第二节 销售区域的设计

一、设计销售区域的原则

二、设计销售区域的步骤

1、控制单元 2、顾客位置和潜力 3、合成销售区域 4、调整初步设计方案 5、应用计算机管理销售区域 6、分配销售区域

第三节 销售区域战略管理

一、正确认识和划分销售区域

二、确定目标销售区域

三、目标销售区域开拓战略

四、区域市场的维护与巩固

第四节 销售区域的时间管理

一、时间管理的影响因素

二、销售区域时间管理模式

三、时间管理方法

[思考题]

1. 为什么要设计销售区域?

2. 如何进行有效的的时间管理?

第五章 销售人员的招聘与培训

第一节 合格销售人员的条件

一、合格销售人员的重要性

二、合格销售人员的条件

第二节 销售人员的招聘途径与录用过程

一、确定销售人员需求数量

二、确定招聘销售人员的标准

三、销售人员的招聘途径

四、销售人员的录用过程

第三节 销售培训的内容

一、销售培训的作用

二、销售培训的原则

三、销售培训的内容

第四节 销售培训的程序与方法

一、销售培训的程序

二、销售培训的方法

三、销售培训计划的制订

[思考题]

1. 招聘中如何考查应聘人员的素质?

2. 销售培训应遵循什么原则?

第六章 销售人员的报酬与激励

第一节 销售报酬的作用与类型

一、销售报酬的含义

二、销售报酬的作用

三、销售报酬的类型

第二节 销售报酬模式的选择

一、销售报酬制度建立的原则

二、销售报酬制度建立的程序

三、销售报酬的目标模式

第三节 激励的一般原理

一、销售人员行为分析

二、激励的理论

三、激励销售人员的方式

第四节 销售激励组合

一、分析销售人员的需要

二、激励组合模式

第五节 销售文化激励

一、销售文化及其结构

二、销售文化的激励功能

[思考题]

1. 怎样选择销售报酬的目标模式?

2. 论述销售文化结构及其激励运作方法。

第七章 销售人员的绩效考评

第一节 销售绩效考评概述

一、销售绩效考评的作用

二、考评条件与考评原则

三、销售绩效考评的标准

第二节 销售人员绩效考评的内容与方法

一、客观考评

二、主观考评

第三节 销售效率雷达图分析法

一、销售效率雷达图的评价指标

二、销售效率雷达图的绘制方法

三、销售效率雷达图分析法的程序

[思考题]

1. 如何避免主观考评中的人为因素？

第八章 销售程序与模式

第一节 销售程序

一、销售准备

二、销售接洽

三、销售陈述

四、处理异议

五、促成交易

六、售后服务

第二节 销售方格理论

一、推销方格

二、顾客方格

三、推销方格和顾客方格的关系

第三节 销售模式

一、AIDA 模式

二、GEM 模式

三、FABE 模式

四、PRAM 模式

五、社交类型销售模式

[思考题]

1. 销售方格理论对销售人员有什么启示？销售经理如何利用销售方格理论？

第九章 销售技术

第一节 开发客户的方法

一、销售漏斗理论与客户开发

二、寻找潜在客户的方法

三、制定销售访问计划

第二节 有效处理异议的技巧

一、异议产生的根源与类型

二、处理客户异议的原则

三、克服顾客异议的方法

第三节 促成交易的技术

一、识别成交信号的方法

二、促成交易的策略

三、促成交易的方法

[思考题]

1. 怎样识别成交信号?

第十章 客户管理

第一节 客户管理概述

- 一、客户管理的对象
- 二、客户管理的内容
- 三、客户管理的方法
- 四、客户管理的原则

第二节 客户分析

- 一、建立客户档案
- 二、客户分析的内容
- 三、客户分析的流程

第三节 客户投诉的处理

- 一、客户投诉处理的目的与效果
- 二、客户投诉的受理
- 三、客户投诉处理的程序
- 四、有效处理客户投诉的要点
- 五、客户索赔的处理

第四节 数据库与客户关系管理

- 一、建立客户数据库的作用
- 二、客户数据库资料的形成
- 三、客户关系管理

[思考题]

1. 如何有效处理客户投诉?

第十一章 销售网络管理

第一节 销售网络的构成

- 一、销售网络的作用
- 二、销售网络的基本类型
- 三、新型销售网络组织

第二节 销售网络的设计与开发

- 一、影响销售网络设计的因素
- 二、销售渠道类型的选择
- 三、销售网络模式

第三节 不同种类商品销售网络的构建

- 一、日用消费品销售网络的构建
- 二、生产资料销售网络的构建
- 三、服务产品销售网络的构建
- 四、高科技产品销售网络的构建

第四节 销售网络的管理

- 一、销售关系管理
- 二、销售网络信息管理
- 三、销售网络的评价与改进

[思考题]

1.如何对销售网络进行评估和改进?