

PiLOT 派力营销思维库
《派力销售经理管理实战丛书》
屈云波 张平淡 主编

新销售通路管理

牛海鹏 郝建华 编著

(修订版)

企业管理出版社

1998年，派力推出了《销售经理管理实战丛书》，包括《销售人员管理》、《销售业务管理》、《销售通路管理》，这是中国迄今为止第一套为销售经理们提供的销售管理完全解决方案，受到了市场的热烈欢迎。这套书使销售经理们在理论上得到进一步的提升，在销售管理实践中得到了更好的指导。

几年来，中国市场状况发生了巨变，一方面企业在销售管理方面遇到许多新问题；另一方面新的理念、新的方法层出不穷，而派力的实战也更多、更成熟。派力有责任把新的知识、方法和经验奉献给大家。

2003年7月，派力对此系列图书进行了修订，并根据销售管理领域的新趋势，增加了《销售指标管理》。而这套书的重新修订出版，也正是派力的老朋友、新读者们众望所归的。

《新销售人员管理》

本书详细介绍了销售队伍的组建、销售人员的招募、训练、激励、领导、薪酬、绩效评估等环节的具体方式方法，并提供了大量的实用范例和工具。



《新销售业务管理》

本书详细介绍了销售业务的流程、销售预测、销售计划、销售预算、客户管理、赊销管理、销售业绩评估等方面的具体方式、方法，并提供了大量的实用范例和工具。



《新销售通路管理》

本书从销售通路设计、销售通路管理、销售通路评估（改进）三个环节入手，详细介绍了销售通路策略与设计、通路成员选择、销售通路管理流程、销售通路冲突与合作、通路成员评估与改进等的具体策略与运作方法，还给出了两大类通路成员（批发商、零售商）的管理手册。



《新销售指标管理》

本书在构建销售指标体系的基础上，详细介绍了销售额和销售量、市场占有率、销售费用、顾客满意度、品牌价值等五大类销售指标，解析了这些销售指标的构成及影响因素，并提供了大量的实用范例和工具。



派力营销培训学校 中国营销经理人的黄埔军校

一、派力营销多媒体培训课程（第一批）

六个课程：

- 1.《面对零售大客户的销售技巧》
- 2.《专业销售技巧Ⅰ－面对消费品行业》
- 3.《专业销售技巧Ⅱ－面对工业品行业》
- 4.《售后服务技巧》
- 5.《营销人员与服务技巧》
- 6.《餐饮服务技巧》

三种版本：个人版、企业版和教育版

三种介质：

个人版：纸面教材+VCD+CD-ROM网络版

企业版和教育版：纸面教材+DVD+CD-ROM网络版

二、企业内训课程（9年历史）

课程特点：针对企业的个性化需求设计课程，并派出合适的讲师

课程范围：涵盖市场营销的各个职能要素、管理环节和各类岗位

行业范围：主要面对消费品行业、工业品行业和服务行业

三、面对面中短期培训（筹备）

1. 市场调研人员
2. 市场营销人员
3. 销售及销售管理人员
4. 营销传播人员
5. 销售行政人员
6. 售后服务人员
7. 物流管理人员
8. IT管理人员

通讯地址：北京市朝阳区朝外大街22号泛利大厦1612室（100020）

北京派力营销管理咨询有限公司

招商热线：8610-65882942

顾客热线：8610-65882943/65889982

传真：8610-65886370

电邮：training@teampilot.com

网址：www.teampilot.com



面对基层销售与服务员工的培训工具

《派力营销多媒体培训课程》正在热卖及招商!

本课程最大特点是：采用国内首创的电视情景剧式表现方式，使学员在轻松愉悦中掌握所学专业技能!

第一批共六个课程、三种版本（个人版、企业版和教育版）。每个课程个人版660元，企业版1600元，教育版6600元。

课程简介

随着中国企业对营销人员培训的日趋重视，采用何种培训方式也成为企业 and 专业培训机构研究的一个课题。毋庸置疑，面对面集中培训和师带徒式示范指导是效果最佳的两种方式，但却投资成本高、时间和机会成本更高，企业只能有限采用。因此，基于多年的培训实践，派力认为，如果企业的部分培训，尤其是面对基层人员的基础培训，部分采用标准化的多媒体教材，企业和学员均可以在方便的时间、方便的地点、采用方便的工具（纸面教材、电视、计算机以及内部网）进行培训或自学，可以省去不少经费和时间的投资。再加上部分采用面对面集中培训，以及在实际工作中上级对下级随时随地的师带徒式指导，企业对员工的培训系统就很完整了。

《派力营销多媒体培训课程》系列产品就是基于企业和学员的这一需求应运而生，而且从内容到形式（纸面教材、VCD/DVD、CD-ROM单机版/网络版）均尽可能考虑到了企业和学员的专业性、实战性、易学性、方便性和省时省钱等需求。我们相信，这些融入了派力多年知识和经验积累、数十个中外合作机构近一年心血、在中国尚属首创的培训产品，一定会成为继《派力营销思想库》之后，更受中国企业营销人员、营销培训机构和大中专院校市场营销专业师生欢迎的培训工具。

专业实战 轻松直观 随时随地 省时省钱

《派力营销多媒体培训课程》首批6个课程简介



《专业销售技能 I——面对消费品行业》用轻松幽默的语言介绍一个消费品公司的销售代表是如何完成从客户拜访到达成交易，以及服务管理等一系列工作的，本教材尽量避免使用“七个心法”，“八个步骤”等理论性强，但实际操作性差的表现方法，完全用实战的观点，结合通俗易懂的案例，力求使每一位，无论是新入行抑或从事销售工作多年的销售人员都可以从中获益!

第一章：欢迎进入“销售”的世界

第四章：与客户的第一次握手

第七章：成交——关键的时刻

第二章：要做专业的销售人员

第五章：如何向客户推销产品

第八章：是服务也是管理

第三章：热身吧，开始学习专业销售技能

第六章：面对客户的疑虑

第九章：为了成为专业的销售大师，你要注意

《专业销售技能 II——面对工业品行业》是专门针对工业品行业（如：打印设备、电脑及周边设备、数据系统等）公司的销售人员，如何与目标客户（集团购买客户）交往与交易的培训材料。对于工业品行业的企业而言，集团购买客户是他们最重要的销售资源，同时由于交易的数额大，承担的风险大，采购方涉及的决策人数较多，级别高，因为这些特殊原因，就要求专业销售人员无论从工作计划，客户拜访，到达成交易，都要作出详细的安排，才能做到“万无一失”。本教材既包含详尽的理论知识，又有一定的实战案例，希望每位销售人员在认真学习以后，都可以成为专业的销售人士，成为面对集团购买客户的销售高手。

第一章：素质要求
第五章：成交时刻

第二章：发现客户
第六章：客户管理

第三章：谈判过程
附 章：自我管理

第四章：客户疑虑



《面对大型零售客户的销售技能》进入21世纪以来，随着中国经济的飞速发展，Wal-Mart、Carrefour、Makro、7-11等超大型国际零售企业相继强渡中国大陆市场，同时国内的零售企业在经过多年的“卧薪尝胆”以后，通过一系列的整合与再造，也出现了上海华联、联华、天津家乐等成功的区域性卖场与连锁店，如何与这些“零售巨人”打交道，是摆在每一位销售人员面前的重大课题，本教材是国内第一本探讨这个问题的专业教材。本文从零售大客户自身的特点以及专业销售人员的销售技能等多方面，多角度来介绍这个极富挑战性的工作，使每一位接受培训的销售人员都会有“豁然开朗”的感觉!

第一章：中国零售业现状及大型零售客户的基本知识

第二章：如何制定销售计划

第三章：简电话销售技能

第四章：沟通技能

第五章：需求分析与异议防范

第六章：如何处理客户异议

第七章：利益性销售技能

第八章：货价管理技能

第九章：谈判技能

第十章：时间管理技能

第十一章：自我激励技能

《售后服务技巧》企业卖的是什么，可以吸引消费者的是什么？有人说是产品，有人说是形象，但是无论是谁都不能无视“服务”这个重要的因素，特别是在品牌同质化严重，市场竞争日益激烈的今天，服务的好与坏是可以决定一个企业的生与死，“To be or not to be”这个哈姆雷特提出的问题，今天也需要大家来回答。作为一个专业的售后服务人员如何将看似无形的“服务”化作有形的工作，本教材将会给你一个满意的答案。

第一章：顾客服务
第五章：售后服务技巧必备知识

第二章：顾客分类
第六章：售后服务人员的工作态度

第三章：顾客满意度与顾客忠诚度
第七章：售后服务技能

第四章：产品与服务质量
第八章：案例分析



《营业员销售与服务技能》营业员的工作是什么？是“仅仅站柜台的”吗？当然不是，好的营业员应该是顾客的消费顾问，应该是企业的代言人，本教材从营业员基本礼仪，服务技巧，商品陈列等多个方面介绍营业员工作的内容以及重要性，不仅针对超市中的营业员，同时兼顾百货商场，专卖店中的导购人员，要使每一位从业业人员都可以称得上“专业”二字!

第一章：“天使”工作

第二章：服务至上

第三章：“热恋”商品

第四章：“摆放”功能

第五章：认识“上帝”

第六章：“卖”的技巧

第七章：“上帝”之怒——顾客投诉

第八章：“照顾”自己

《餐饮服务技能》“民以食为天”这句中国老话，真可算是“至理名言”，什么都可以不干，但饭一定不能不吃。但是为什么有的餐馆门庭若市，顾客络绎不绝；有的却冷冷清清，最后甚至关门大吉了呢？原因当然是多种多样的，但是餐厅服务人员的工作技巧与态度的差异一定是其中最主要的问题。本教材的作者具有多年从事餐饮服务教材编写与授课的经验，保证了教材本身在这个领域的权威性，同时通过VCD、CD-ROM等视频教材活灵活现的现场表演，使每个餐饮服务人员都可以易学、易记、易运用。

第一章：餐厅服务概述
第五章：西餐服务

第二章：餐厅服务人员应具备的素质
第六章：宴会服务

第三章：餐厅服务基本技能
第七章：酒水知识

第四章：中餐服务



会老友、交新朋，

《销售经理管理实战丛书》给您带来惊喜！

惊喜赠送

只要您集齐四个右上角促销图案，寄回派力，并详细填写你的回邮地址和选择的惊喜内容，就有惊喜赠送等着您（限选一种），价值出乎意料：

惊喜1 免费获赠《派力营销思想库》或《派力管理思想库》图书一册（获赠书目见下表）。

惊喜2 仅以8折的优惠价格就可领略到引领国内最新培训产品潮流的《派力多媒体培训课程》的风采。这是国内首创的电视情景剧式多媒体培训课程，融合了派力多年专业、系统和实战的经验，专门针对基层营销人员的各种技能培训，配备纸质教材、VCD/DVD、CD-ROM/单机版和网络版多种介质，具有专业实战、轻松直观、随时随地、省时省钱的特点。

惊喜3 免费获赠《成功营销》杂志半年的赠阅。

《成功营销》是一本面对中国企业的决策者、中高层管理者、管理咨询机构、各类商学院师生及高层营销管理人员的专业月刊，面向全国发行。

我们的宗旨：研究企业成败经验，解析企业盈利模式，分析市场热点走向。为追求成功人士提供全方位、多角度的营销思路，探索成功营销个案背后的理论和具体运作手段。

从本期开始，《成功营销》为进一步加大信息量，将在原有基础上，以“刊中刊”的形式，增加了IT专刊和汽车专刊两个版块。



获赠书目

书名	单价	作者	书名	单价	作者
促销经理手册	¥25.00	陈海娟	卓越推销	¥20.00	诺姆·特雷纳/著 [美]
广告经理手册	¥33.00	张彬	网络时代的品牌	¥26.80	赛奇/著 [美]
公关经理手册	¥30.00	时莉	多对一营销	¥24.80	史蒂夫·卢恩-琼斯/著 [美]
渠道营销经理手册	¥25.00	吴健武	激励员工	¥25.00	R. BRAYTON BOWEN [美]
产品经理手册	¥25.00	郭义锋	有效授权	¥20.00	KENNETH L. MUURRELL [美]
娱乐业营销	¥29.00	陈海娟 郎会成	有效指导	¥22.00	MARSHALL J. COOK [美]
中小企业销售技巧	¥20.00	MARTIN EDIC/著 [美]	创建精英团队	¥23.00	ANDREW LEIGH [美]
不战而胜	¥28.00	高建华/著	商务写作指南	¥22.00	SUZANNE D. SPARKW/著
诚信伙伴	¥25.00	乔丹·D. 李维斯 [美]	管理其实很简单	¥16.00	PETER STEMP/著
驾驭顾客资产	¥30.00	罗兰·T. 拉斯特 [美]	有效沟通	¥25.00	兰妮·阿耳顿多 [美]
服务的奥秘	¥25.00	利奥纳德·L. 贝利 [美]	别找借口	¥20.00	詹姆士·M. 布里奇 [美]
营销与财务	¥30.00	戴维·沃特斯 [澳]	优质创业DIY	¥25.00	库特尼·普莱斯 [美]
品牌智慧	¥26.80	杜纳·E. 科耐普 [美]	经理人炼金术	¥30.00	汤姆·雷维斯/著
品牌战	¥20.00	大卫·达勒桑德罗 [美]	CEO秘笈	¥25.00	D. A. 本顿 [美]
大师级的营销	¥20.00	马西娅·莱登·特纳	CEO之路	¥28.00	雪伦·佛若斯
日有所成的50条规则	¥25.00	斯蒂芬·斯奇夫曼	赢遍全世界——全球商业与文化	¥35.00	罗伯特·罗森等/著
销售巨人1	¥25.00	尼尔·雷克汉姆	关系型企业	¥30.00	雷·迈肯兹 [美]
销售巨人2	¥22.00	尼克·雷克汉姆	非凡企业家	¥20.00	本吉·加兰德尔/著
服务营销规划	¥36.00	麦克姆·马克唐纳 [美]	高科技人才战	¥22.00	玛丽·艾伦·布兰特丽 科里曼/著 [美]
未来营销	¥24.80	乔伊·马可尼/著 [美]	中国企业“黑洞”	¥21.80	吴光琛/著
渗透营销	¥26.80	当·戴博雷克/著 [美]	当代广告运作	¥38.00	约翰 [英]

（产品详情请登陆派力网站www.teampilot.com查询）

主编单位：北京派力营销管理咨询有限公司 地址：北京市朝阳区朝外大街泛利大厦1612室

邮编：100020 电话：010—65889982 传真：010—65886372

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

前 言

《销售通路管理》1998年面世以来,受到广大营销界朋友的厚爱,在许多地区一再脱销。这说明中国的企业越来越重视基本的营销管理工作,越来越重视销售业务管理工作。5年来,中国的营销在进步,企业在进步,派力也在进步。一方面企业在销售业务管理方面遇到许多新问题;另一方面新的理念、新的方法层出不穷,派力的实战也更多、更成熟。派力有责任把新的知识、方法和经验奉献给大家。因此,在原书的基础上,我们进行了重新修订。《新销售通路管理》增加了大量新的方法,借鉴了许多中外成功企业的实战经验,同时,继承和发扬了派力中西结合,注重实战性、系统性、专业性的特色。

近些年来,销售通路或销售渠道成为诸多企业竞争致胜的切入点和着力点,本书从销售通路设计、销售通路管理、销售通路评估(改进)三个环节入手,详细介绍了销售通路策略与设计、通路成员选择、销售通路管理流程、销售通路冲突与合作、通路成员评估与改进等的具体策略与运作方法,还给出了两大类通路成员(批发商、零售商)的管理手册,可为广大销售管理人员和营销管理人员在实务中参考和借鉴,还可以作为有兴趣于营销工作的大专院校的师生课外阅读,以增进对营销的实战性认识与研究。

本书不足之处在所难免,敬请读者批评与指正。

《派力营销思想库》图书介绍

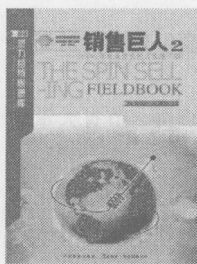


《销售巨人 1——SPIN 教你如何销售大订单》

这是国内第一本介绍大生意销售模式和技巧的书，半数以上的全球 100 强企业用 SPIN 理论来培训销售队伍。

当你的生意像滚雪球一样迅速增大时，仍旧沿用原有销售技巧，反而会使成功受到伤害。结束语技巧、异议的处理、提问的方式，这些有几十年历史、被无数次使用过并被认为是真理的销售技巧，在今天只能在小生意中帮助你，对于复杂的大宗交易，它们却已无价值而言了。

成功从事大宗交易的高层职员不再依赖这些，他们所用的强有力的战略可称之为 SPIN。



《销售巨人 2—SPIN2 非传统销售模式实战手册》

理解基础概念很容易，最难的是如何让这些概念在销售产品服务时真正起作用。这本训练手册在概念和你自己的销售实践中建立起了一座桥梁，通过一系列实际的练习来把一般的观点、主意转化为具体的、与你的产品和客户有关的行动和过程。

本书包含：

- 自测练习
- 领先企业的实际案例
- 实践策划建议
- 刺激性问题调查表
- 准备应付挑战性销售形势的会谈练习



《大客户管理》

大客户管理的范围日益扩大，日趋复杂，迫切需要开发全新的分析工具和业绩评估手段，用来支持战略性的营销决策。本书深入许多成功实施大客户管理的企业，从中挖掘并系统总结了各种大客户管理战略、战术和具体应用方法，适合不同类型和规模的企业。

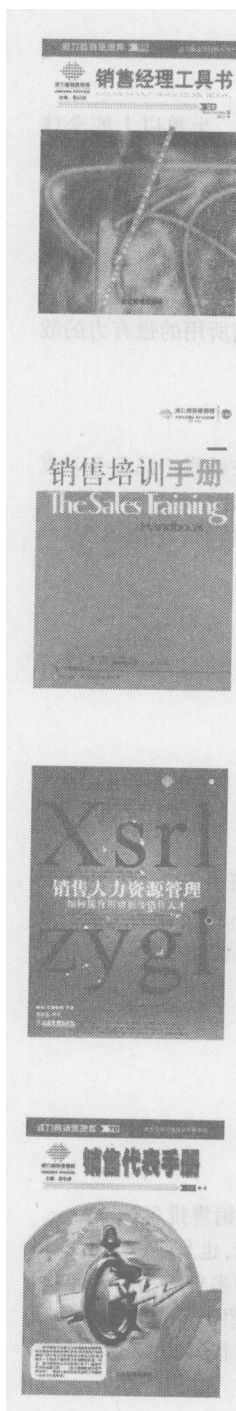


《训练销售精英》

——宝洁为什么成功？

本书超过《定位》，2003 年 4 月全国市场营销类图书销售排名第一。

作者孔雷，宝洁中国公司当时级别最高的中方经理，也是唯一两次获得宝洁公司全球销售精英大奖的宝洁经理。他将在宝洁的多年成功销售经验、销售管理经验在书中融会贯通，从十个方面系统地介绍了销售人员及管理人員所必要的知识、技能、方法。本书的最大特点是具有很强的实战性、可操作性，包含多个案例、练习题和自测题。



《销售经理工具书》

这是一本在美国常销不衰的工具书。

它非常适合各行业销售经理快速阅读,以获取专业知识与技能来解决眼前的业务难题。书中包含了销售经理必须掌握的 22 类实用业务技能、661 把贴身工具,例如:如何经营一家分公司,如何召开业务会议,如何做正确的销售预估,如何找出伪造的支出凭证,如何设立业务训练课程计划,如何举办商展,如何设计业务报告,如何建立奖金制度和福利津贴标准。这些都是作为一名业务经理人职责中处于基础性的任务。

《销售培训手册》

现在,每天或每周仅用几十分钟的时间,你就能提高销售人员的销售技巧。

本书可以使繁忙的销售经理快速成为熟练的销售培训师,节省大量的培训项目设计时间及从外部雇佣培训师的昂贵费用。

书中提供了 52 个迷你课程,大多数只需花费 15-20 分钟时间,可以被融入现有的会议和工作之中。每个课程都包含了讲座、培训销售人员所必需的练习、培训材料以及教育和激励的方法。

《销售人力资源管理》

在本书中,作者从心理学的角度为大家简要介绍销售工作的特征,向大家彻底展示销售所需要的特质,提供了使公司现有的销售队伍效率最大化的秘方:招聘高效率的成员和认清有销售特质的人的方法。最后,作者在深层次上探讨了 6 个行业成功的销售人员所应具备的特质。

这本书还能帮助你客观地作出一些判断:你到底是否适合做销售工作,能否成为顶尖的销售人员?

《销售代表手册》

这是中国最具有实用价值、最受基层销售代表欢迎的工具书。

全书是以销售代表的工作职责为背景,以销售代表日常最重要的三个工作方面(基础销售、客户管理和自我提升)为主线展开阐述的。本书最大的特点是简炼、实用、易操作,是销售代表随身必备的销售工具,也是较好的销售培训资料。

派力简介

北京派力营销管理咨询有限公司是中国最早走专业化道路并专注于市场营销专业的营销管理咨询、营销 IT 咨询、营销人员培训和知识传播机构。创立十年来,以其中西结合的专业特长,等价交换、互信互敬的经营理念和专业、积极、开放的企业精神,为国内外多个企业提供了高实效和高质量的市场调研、营销审计、战略管理咨询、营销战略规划、品牌战略规划、营销管理咨询、营销 IT 咨询、营销人员培训和营销知识传播等市场营销系列服务,赢得了许多中国知名企业、营销人员和大学师生的认同和信任,现已成为中国大陆最具声誉的专业机构之一。

派力未来的品牌定位或说目标是:成为名副其实的“中西结合的市场营销专家”!

派力的服务之一——营销管理咨询

一、服务程序

寻求合作 → 洽谈签约 → 成立联合项目小组 → 内部访谈/市场调研 → 营销审计 → 撰写营销咨询报告 → 咨询报告说明、讨论、定案 → 咨询报告宣贯与员工培训 → 常年顾问服务

二、服务价值

培养市场导向观念 传播专业营销知识 培训营销实战技能 提供营销管理咨询
跟进营销执行过程 培养专业营销人员 创造最佳营销业绩

三、服务项目和方法

1. 营销诊断与短时咨询: 针对客户某一具体的市场营销问题,提供短时诊断和咨询意见;
2. 营销审计: 对客户营销效果及其成因的客观专业的作出定性和定量评价,找出优缺点,并提出系统的改进建议;
3. 企业战略管理和营销管理咨询: 派力咨询顾问协同客户项目组成员及内部相关部门的管理层共同研讨和制定有针对性的市场调研、企业战略管理、战略性营销计划、品牌战略规划、年度营销计划、新产品上市计划、年度传播计划、业务流程再造、营销组织构架、销售管理体系、顾客服务体系、人力资源管理咨询等;
4. 常年营销顾问: 前期咨询项目完成后,为保证执行效果,需与客户建立长期跟踪服务关系,对客户的营销执行过程进行跟进顾问,帮助客户培养样板市场,协助与客户对其它专业营销服务的配合,协助客户培训各类营销人员,甚至招募紧缺的营销人才。

派力的服务之二——营销 IT 咨询

关于传统咨询与 IT 咨询谁主沉浮的问题,咨询业有过争论。其实,无论从咨询公司提供咨询服务的角度,还是企业对营销管理咨询的需求角度,传统咨询与 IT 咨询本身都是一个不可分割的整体。

所谓传统咨询,是相对于 IT 咨询,旨在为企业制定战略规划以及为实现战略规划所采取的

运作模式、组织架构、流程以及相关的机制、策略、政策等。现代咨询是基于 IT 系统解决方案的管理咨询。

信息技术的发展,在某种程度上改变了企业管理原有的一些方法,提供了更多高效的管理工具,使传统咨询的内涵与手段更加丰富;同时,IT 咨询,只有与传统咨询相结合,才能更深刻的理解企业的发展战略与运作模式,所提供的解决方案才能更适合企业发展、更有效的发挥其效率。IT 咨询 E 化了传统咨询的可程序化部分,同时,实现了一些传统咨询无法实现的结果。但是一个 IT 的系统不可能解决企业管理上所有的问题,需要与传统咨询相结合,不断完善其系统,使系统更好地为企业目标服务。其实,也可以这么理解,IT 咨询是传统咨询的一个延伸,IT 咨询所导致的系统是传统咨询的一个工具和结果。我们没有必要竭力去区分传统咨询与 IT 咨询,因为本来他们就是一个不可分割的整体。

在国内,大多数企业在管理不够规范、战略不够明晰的情况下,对 IT 系统需求不明确时盲目地去建设,造成系统无法满足管理的需要或与管理体制不协调,系统不断改造,甚至更换、闲置,企业资源浪费巨大。造成以上现象的原因,一方面,国内 IT 咨询公司缺乏传统咨询的能力(如国内的一些咨询公司),或基于咨询公司本身运作上的考虑(如国外的一些咨询公司);另一方面,企业认识不到传统咨询与 IT 咨询密切的关系,对系统本身的投入大于对咨询的投入。

目前国内企业的现状,基于传统咨询的 IT 咨询是企业最需要的选择。

派力奔思管理咨询有限公司就是在这样的背景下,在派力营销管理咨询有限公司的支持下成立的,致力于把传统营销管理咨询与 IT 营销管理咨询相结合,为企业提供量身订制的解决方案。不同的营销战略有不同的运作模式,不同的运作模式有不同的策略,不同的策略有不同的 IT 系统作支持,我们为企业个性化的定制基于 IT 的营销管理系统,如客户服务系统(比较代表的系统为 CALL CENTER,),销售管理系统(如销售自动化系统)等;对不同细分市场的管理工具,如大客户管理系统;对不同渠道的管理系统,如分销管理系统等。现在流行的 CRM 在实际应用时有不同的表现形式。派力奔思管理咨询有限公司依据企业运作模式与现状提供企业一个即具前瞻性、系统性,又具实用性的高效、经济、安全、可靠的解决方案。使企业的营销战略,营销管理与 IT 系统保持高度的协调性,提高企业的效率,在激烈的市场竞争中,抓住机遇,抢占先机,提升业绩,创造财富。

派力奔思管理咨询有限公司,具有广泛的国际合作基础,专家顾问均为来自世界名校的 MBA,同时具有多年跨国公司(HP, IBM, SIEMENS 等)工作经验,深谙传统咨询与现代咨询之精髓,熟悉中国企业的发展历史与现状,致力于为中国企业提供具有前瞻性与实用性的营销管理解决方案。

派力的服务之三——派力营销培训学院

一、企业内训(定制培训)

1. 课程特点:针对企业的个性化需求设计课程,并派出合适的讲师有计划地为学员们提供一系列的具实际操作可能的技巧和能力训练。

2. 课程范围:涵盖市场营销的各个职能要素、管理环节和各类岗位

3. 行业范围:主要面对消费品行业、工业品行业和服务行业

二、《派力营销多媒体培训课程》——中国营销经理人的黄埔军校

专业实战 轻松直观 随时随地 省时省钱

随着中国企业对营销人员培训的日趋重视,采用何种培训方式也成为企业 and 专业培训机构研究的一个课题。毋庸置疑,师带徒式示范指导和面对面集中培训是效果最佳的两种方式,但却投资成本高、时间和机会成本更高,企业只能有限采用。因此,基于多年的培训实践,派力认为,如果企业的部分培训,尤其是面对基层人员的基础培训,部分采用标准化的多媒体教材,企业和学员均可以在方便的时间、方便的地点、采用方便的工具(纸面教材、电视、计算机以及内部网)进行培训或自学,可以省去不少经费和时间的投资。再加上部分采用面对面集中培训,以及在实际工作中上级对下级随时随地的师带徒式示范指导,企业对员工的培训系统就很完整了。

《派力营销多媒体培训课程》系列产品就是基于企业和学员的这一需求应运而生,而且从内容到形式(纸面教材、VCD/DVD、CD-ROM/单机版和网络版)均尽可能考虑到了企业和学员的专业性、实战性、易学性、方便性和省时省钱等需求。我们相信,这些融入了派力多年知识和经验积累、数十个中外合作机构近一年心血、在中国尚属首创的培训产品,一定会成为继《派力营销思想库》之后,更受中国企业营销人员和大中专院校市场营销专业师生欢迎的培训工具。

第一批共六个课程、三种版本(个人版、企业版和教育版)。本课程最大特点是:采用国内首创的电视情景剧式表现方式,使学员在轻松愉悦中掌握所学专业技能。

六个课程目录

1. 《面对大型零售客户的销售技能》
2. 《专业销售技能 I——面对消费品行业》
3. 《专业销售技能 II——面对工业品行业》
4. 《售后服务技巧》
5. 《营业员销售与服务技巧》
6. 《餐饮服务技能》

个人版、企业版和教育版因不同的用途和权益,分别采用不同的介质和定价。个人版介质是“纸面教材 + VCD + CD-ROM 单机版”,企业版和教育版介质是“纸面教材 + DVD + CD-ROM 网络版”。

VCD/DVD:每个课程均有 6 集,每集 25 分钟左右,结合文字教材的内容,采用国内首创的电视情景剧式表现方式,全部采用真实演员表演,使学员在轻松愉悦中掌握所学专业技能。

CD-ROM(单机版/网络版):综合运用音频、视频、flash 动画、文本、图像等技术手段,通过交互式自测,切实跟踪考查学员的学习效果。功能模块包括讲义浏览、观看视频资料、记录学习心得、自我训练和在线支持等,充分实现人机互动,方便学员巩固学习成果,提高学习效率。网络版可在企业内部局域网内运行,可实现多人同时学习,共享学习资源。

纸面教材:详细介绍整个课程内容,是与 VCD/DVD、CD-ROM 配套的纸介质教材。

经销权益与申请条件

经销权益:

① 国内首创的培训产品;②独享的地区或渠道市场、合理的折扣、销量奖励与稳定的市场售价;③同业最大规模的广告宣传与演示会;④专业的分销与直销辅导;⑤贴心的沟通、供货与结算服务;⑥持续的生意合作(持续的新课程开发,以及面对面的培训课程合作)。

申请条件:

① 经销培训产品的经验与潜质;②令人信服的生意拓展规划;③足够的渠道销售和直销人力配置;④低成本、高效的宣传推广能力;⑤足够的流动资金保证;⑥长期合作的愿望。

申请方法:

请拨打招商热线或发电邮与我们销售部洽商。

北京派力营销管理咨询有限公司出品 中国市场学会推荐 中国科学文化音像出版社出版

三、《派力营销思想库》——中国营销经理人的工具库

1.《派力营销思想库》的特点:

一套专为市场营销人员和市场营销学子所策划的前瞻性、专业性和实战性丛书,每一本都能提供许多新思想和新方法,激发营销人员的创意与灵感,协助营销人员持续成功与成长。

2.《派力营销思想库》的贡献:

①《派力营销思想库》是大陆迄今为止面向市场营销人员最早的、规模最大的、最系统的一套专业营销丛书,在一定时期内、一定领域内填补着中国市场营销图书的许多空白;

②它将世界最先进的营销理论和经验引进到中国并紧密结合中国企业实际所需,在保证科学与专业的基础上同时具有极强的实战性;

③《派力营销思想库》现有固定读者数百万人,并被上万家公司选做企业内部培训教材,对中国一代企业和营销人员的专业成长做出了功不可没的启蒙贡献。

3.《派力营销思想库》的书目:

从1994年5月至今,《派力营销思想库》编辑部已为中国企业和学术界奉献了130多本专业营销图书,派力营销的专业图书统称为《派力营销思想库》,现有书目如下:

派力营销思想库				
序号	书名	定价		
27	《专业销售》	16.80	78	《诚信伙伴 ——诚信的关系,双赢的策略》 25.00
28	《推销大师》	16.80	79	《驾驭顾客资产 ——如何用顾客终身价值重塑企业战略》 30.00
29	《顶尖业务员的成功法则》	16.80	80	《服务的奥秘 ——持续商业成功的九种驱动力》 25.00
30	《企划人》	19.80	81	《营销与财务 ——寻求企业最优经营的结合点》 30.00
31	《企划力》	19.80	82	《大客户管理》 22.80
32	《企划案》	19.80	83	《品牌智慧 ——品牌培育(操作)宝典》 26.80
33	《销售业务管理》	26.80	84	《品牌战》 20.00
34	《销售人员管理》	26.80	85	《大师级的营销 ——传承 11 位大师的营销智慧》 20.00
35	《销售通路管理》	26.80	86	《日有所成的 50 条规则 ——推进客户关系的技巧》 25.00
36	《全员营销》	25.80	87	《销售巨人 1 ——SPIN 教你如何销售大订单》 25.00
38	《网络营销》	26.50	88	《销售巨人 2 ——SPIN2 非传统销售模式实战手册》 22.00
39	《数据库营销》	24.80	91	《服务营销规划》 36.00
40	《市场细分》	21.50	92	《未来营销》 24.80
41	《市场定位策略》	18.70	94	《培训探秘》 27.80
42	《市场进入战略》	26.70	95	《培训游戏大全》 26.80
43	《市场开拓》	27.70	96	《培训学习手册》 30.00
44	《日本企业的营销》	21.70	101	《渗透营销》 26.80
45	《高技术企业营销》	22.70	102	《卓越推销 ——杰出推销员八大实战法则》 20.00
46	《饭店业营销》	25.70	103	《销售培训手册》 30.00
47	《餐饮业营销》	25.70	104	《网络时代的品牌 ——网络时代持久品牌 5 步曲》 26.80
48	《旅游业营销》	28.80	105	《企业 e 化七步》 24.80
50	《超市营销》	27.80	106	《销售人力资源管理 ——如何选用留用顶级销售人才》 27.80
51	《百货店营销》	25.70	107	★《提问销售法》 28.80
52	《中小企业市场与营销》	21.70	108	★《营销睿智》 19.80
53	《中小企业竞争与发展》	19.80	109	★《多对一营销》 24.80
54	《中小企业成败案例》	20.50	110	★《4R 营销》 29.80
55	《市场提升》	26.80	111	★《分销》 49.80
56	《最新商店经营管理法》	24.80	113	★《训练销售精英》 39.80
57	《使业绩提升 3 倍的表格》	21.80	114	★《顶尖策划》(上、下册) 49.80
58	《销售经理工具书》	33.70	115	★《跨国企业 20 位营销经理 中国市场 10 年征战录》 39.80
59	《以顾客为中心的销售》	27.70	117	★《中国主流消费市场研究报告》 39.80
60	《电子商务》	29.70	118	★《新销售人员管理》 36.80
61	《营销实践 5 年之路》	29.70	119	★《新销售业务管理》 32.80
62	《营销经理手册》	25.00	120	★《新销售通路管理》 36.80
63	《促销经理手册》	25.00	121	★《新销售指标管理》 36.80
64	《销售经理手册》	25.00	122	★《行销战守策》 22.80
65	《广告经理手册》	33.00	123	★《企划手册 ——企划工作方法·行动纲领》 20.00
66	《市场调研经理手册》	25.00	128	★《户外培训游戏大全》 29.80
67	《公关经理手册》	30.00		
69	《导购代表手册》	25.00		
70	《销售代表手册》	25.00		
71	《渠道营销经理手册》	25.00		
72	《产品经理手册》	25.00		
74	《娱乐业营销》	29.00		
75	《商业广告与销售促进》	30.00		
76	《中小企业销售技巧》	20.00		
77	《不战而胜》	28.00		

派力管理思想库				
序号	书名	定价		
1	《激励员工》	25.00	13	《游戏比你会说话 ——培训·会议·交际游戏大全》 18.00
2	《有效授权》	20.00	14	《CEO 秘笈 ——登上宝座并坐稳江山的十条锦囊妙计》 25.00
3	《有效指导》	22.00	18	《赢遍全世界 ——全球商业与文化》 35.00
4	《管理团队》	25.00	19	《关系型企业 ——用 CRM 持久提升企业赢利》 30.00
5	《创建精英团队》	23.00	21	《非凡企业家——一个“逆向投资家”献 给中小企业主的创业与经营指南》 20.00
6	《经理人起步技巧》	22.00	23	《高科技人才战 ——如何招募和留住高科技人才》 22.00
7	《商务写作指南》	22.00	25	《公司价值》 49.80
8	《管理其实很简单》	16.00	26	《中国企业“黑洞”——62 个中国企业现 实问题的透视与诊断》 21.80
9	《有效沟通》	25.00	27	★《管理者的管理工具》 39.60
10	《别找借口》	20.00		
11	《优质创业——创业就这么简单》	25.00		
12	《经理人炼金术》	30.00		

注：★代表近期新出版的书

- 说明：**
1. 邮购，请按以上定价另加 15% 邮资。
 2. 款到一周内寄出。
 3. 30 本以上免邮资。
 4. 寄回“读者服务卡”，免邮资。
 5. 地 址：北京市朝阳区朝外大街 22 号泛利大厦 1612 室
单 位：北京派力人市场营销有限公司
邮 编：100020
电 话：(010) 65882941/42 65886370
传 真：(010) 65886370

通讯地址：北京市朝阳区朝外大街 22 号泛利大厦 1602、1612 室(100020)

北京派力营销管理咨询有限公司

机构购买汇款：

户名：北京派力营销管理咨询有限公司

银行：北京商行东四十条支行

帐号：01090366300120108071126

个人邮购汇款：按“通讯地址”汇款，请在汇款单注明清楚购买的课程名称、版别及数量。

图书与培训产品总机：8610 - 65889982

经销招商热线：8610 - 65882942

顾客购买热线：8610 - 65882943

电邮：training@teampilot.com (培训) book@teampilot.com (图书)

传真：8610 - 65886370

咨询与内训总机：8610 - 65887818

电邮：pilot@teampilot.com

传真：8610 - 65886372

网址：www.teampilot.com

目 录

第一章 分销通路概论

- (1)
- 1.1 分销通路的概念
 - (3)
- 1.2 通路流程与通路功能
 - (7)
- 1.3 通路结构
 - (12)
- 1.4 通路模式
 - (16)

第二章 制定分销战略

- (29)
- 2.1 决胜千里的分销战略
 - (32)
- 2.2 制定通路战略
 - (38)
- 2.3 八种不同的通路战略
 - (50)

第三章 通路设计与选择

- (57)

3.1 通路设计	(60)
3.2 向通路成员分配任务	(72)
3.3 评价经销商	(75)
3.4 快速消费品的深度分销	(85)
 第四章 分销商选择	
	(91)
4.1 分销通路的枢纽:批发商	(94)
4.2 直接面向消费者的零售商	(99)
4.3 选择合适的分销商	(103)
 第五章 通路冲突	
	(117)
5.1 通路冲突的类型与性质	(119)
5.2 通路冲突的原因	(125)
5.3 通路冲突解决方案	(129)

5.4 窜货及其处理	(133)
第六章 通路合作	(145)
6.1 通路合作方式	(147)
6.2 通路合作与伙伴营销	(154)
6.3 产销战略联盟	(162)
第七章 代理商管理实务	(175)
7.1 打开市场的金钥匙	(177)
7.2 代理商的种类	(183)
7.3 代理方式的选择	(186)
7.4 代理商的选择	(174)
7.5 销售代理合同的签订	(207)
7.6 如何从代理经销制度过渡到特许经营制	(211)