

**Панова А. К.**

Планирование и эффективная организация продаж: Практическое пособие / А. К. Панова. — 2-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2014. — 190 с.

# Содержание

<b>Введение</b> .....	<b>5</b>
<b>Глава 1. Важность планирования в жизни и в бизнесе</b> .....	<b>8</b>
1.1. Планирование и его важность в современном мире. . . .	8
1.2. Стратегическое планирование как реалия современного делового мира.....	9
1.3. Что представляет собой бизнес-план и для чего он необходим.....	19
1.4. Дополнительные преимущества планирования в бизнесе. Краткие правила составления бизнес-плана.....	21
1.5. Недостатки планирования.....	24
<b>Глава 2. Что нужно учесть перед тем, как составлять план</b> .....	<b>28</b>
2.1. Основные факторы, которые следует учитывать при планировании.....	28
2.2. Размер компании.....	29
2.3. Ресурсы и технологии, которыми располагает компания.....	33
2.4. Направление деятельности компании, широта спектра услуг или товаров.....	38
2.5. Сфера влияния компании и ее доля рынка.....	44
2.6. Другие факторы, важные для планирования.....	48
<b>Глава 3. Самые популярные и ценные технологии планирования</b> .....	<b>52</b>
3.1. Общие вопросы планирования. Кто составляет план?.....	52
3.2. Как должен выглядеть план.....	54
3.3. Типовая структура бизнес-плана.....	57
3.4. Пример бизнес-плана.....	64
3.5. Различные способы и методы планирования.....	68

<b>Глава 4. Особенности планирования для отдела продаж.....</b>	<b>76</b>
4.1. Планирование продаж. Планерки — пережиток или насущная необходимость в отделе продаж?.....	76
4.2. Основные правила и примеры составления плана продаж.....	82
4.3. Типичные ошибки планирования продаж и управления продажами.....	94
<b>Глава 5. Как правильно организовать эффективный отдел продаж.....</b>	<b>102</b>
5.1. Общие вопросы организации продаж.....	102
5.2. Рекрутинг и отбор специалистов по продажам.....	107
5.3. Обучение менеджеров по продажам. Проведение тренингов.....	116
5.4. Как провести успешные переговоры. Памятка для менеджеров по продажам.....	122
<b>Глава 6. Мотивация и результат.....</b>	<b>129</b>
6.1. Мотивация и ее значение в работе персонала.....	129
6.2. Материальная мотивация. Методы и рекомендации.....	135
6.3. Нематериальная мотивация в работе отдела продаж.....	143
<b>Глава 7. Самые действенные стратегии эффективных продаж.....</b>	<b>154</b>
7.1. Разнообразие видов продаж в практическом применении.....	154
7.2. Продажи в сети Интернет как современный и эффективный метод.....	160
7.3. Секреты персональных продаж. Скидка как средство воздействия на покупателя.....	164
7.4. Продвижение товара.....	174
<b>Заключение.....</b>	<b>187</b>
<b>Литература.....</b>	<b>190</b>