

УДК 339.13(075.8)

ББК 65.42я73

Д42

Перевод с английского В.Н. Егорова

Р е ц е н з е н т ы:

д-р экон. наук, проф. М.М. Максимцов;

д-р экон. наук, проф. Г.А. Васильев;

д-р экон. наук, проф. М.А. Комаров

Главный редактор издательства Н.Д. Эриашвили

**Джоббер Д., Ланкастер Дж.**

**Д42** Продажи и управление продажами: Учеб. пособие для вузов. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 622 с.

ISBN 0-273-64210-3 (англ.)

ISBN 5-238-00465-6 (русск.)

Этот популярный английский учебник содержит *пять* частей. В первой части («Продажи») рассматриваются развитие и роль продаж в маркетинге, поведение индивидуального и организационного покупателей, стратегия продаж; во второй части («Техника продаж») — ответственность в области продаж, навыки персональных продаж, управление ключевыми клиентами, продажи, основанные на взаимоотношениях, прямой маркетинг и информационные технологии в продажах; в третьей части («Среда, в которой осуществляются продажи») — каналы продаж, перепродажи, продвижение продаж, выставки, PR и пр.; в четвертой части («Менеджмент продаж») — набор и прием на работу, мотивация и подготовка кадров, организация и компенсация; в пятой части («Контроль продаж») — прогноз объема продаж, бюджетирование и т.д.

Каждая глава учебника снабжена *практическим заданием, вопросами для обсуждения и контрольными вопросами*, в приложении приводятся *ситуационные примеры*.

Для студентов высших и средних специальных учебных заведений, руководителей и менеджеров предприятий и организаций, специалистов служб маркетинга предприятий, предпринимателей и коммерсантов.

**ББК 65.42я73**

ISBN 0-273-64210-3 (англ.)

© Macdonald & Evans

ISBN 5-238-00465-6 (русск.)

© Pearson Education Limited 1990, 1994, 1997, 2000.

This translation of Selling & Sales Management, Fifth Edition is published by arrangement with Pearson Education Limited.

© ИЗДАТЕЛЬСТВО ЮНИТИ-ДАНА, перевод, оформление, 2002

# ОГЛАВЛЕНИЕ

---

<i>Примечание переводчика</i>	12
<i>Предисловие</i>	14
<i>Введение</i>	15
<b>Часть 1. ПЕРСПЕКТИВЫ ПРОДАЖ</b>	<b>17</b>
<b>1. Развитие продаж и их роль в маркетинге</b>	<b>18</b>
Цели	18
Ключевые термины	18
1.1. Исходная информация	18
1.2. Сущность продаж и их роль	19
1.3. Типы продаж	20
1.4. Имидж продаж	24
1.5. Сущность управления продажами и его предназначение	27
1.6. Маркетинговая концепция	29
1.7. Реализация маркетинговой концепции	32
1.8. Зависимость между продажами и маркетингом	47
1.9. Выводы	53
Практическое упражнение: Mephisto Products Ltd.	54
Вопросы для обсуждения	57
Экзаменационные вопросы	58
<b>2. Покупательское поведение потребителей и организаций</b>	<b>59</b>
Цели	59
Ключевые термины	59
2.1. Различия в покупательском поведении потребителей и организаций	59
2.2. Покупательское поведение потребителя	63
2.3. Факторы, влияющие на процесс принятия решения потребителями	70
2.4. Покупательское поведение организации	81
2.5. Факторы, влияющие на покупательское поведение организации	91
2.6. Развитие практики закупок	97
2.7. Управление взаимоотношениями	102
2.8. Выводы	103
Практическое упражнение: Несостоявшаяся продажа компьютера	104

<b>6</b>	<b>Оглавление</b>
Вопросы для обсуждения	106
Экзаменационные вопросы	106
<b>3. Стратегия продаж</b>	<b>107</b>
Цели	107
Ключевые термины	107
3.1. Продажи и маркетинговое планирование	107
3.2. Процесс планирования	107
3.3. Разработка маркетинговых планов	108
3.4. Место продаж в маркетинговом плане	115
3.5. Выводы	127
Практическое упражнение: Auckland Engineering plc	128
Вопросы для обсуждения	130
Экзаменационные вопросы	130
<b>Часть 2. ПРИЕМЫ ПРОДАЖ</b>	<b>131</b>
<b>4. Сфера ответственности при продажах и подготовка к продажам</b>	<b>132</b>
Цели	132
Ключевые термины	132
4.1. Сфера ответственности при продажах	132
4.2. Подготовка к продажам	144
4.3. Выводы	154
Практическое упражнение: The O'Brien Company	155
Вопросы для обсуждения	156
Экзаменационные вопросы	156
<b>5. Навыки и умения для осуществления персональных продаж</b>	<b>157</b>
Цели	157
Ключевые термины	157
5.1. Начало	160
5.2. Идентификация запросов и проблем	161
5.3. Презентация и демонстрация	165
5.4. Устранение возражений	173
5.5. Ведение переговоров	179
5.6. Осуществление непосредственной продажи	182
5.7. Последующие действия	188
5.8. Выводы	190

Практическое упражнение: Компания The Mordex Photocopier Company	190
Вопросы для обсуждения	191
Экзаменационные вопросы	192
<b>6. Продажи ключевым клиентам и управление этими клиентами</b>	<b>193</b>
Цели	193
Ключевые термины	193
6.1. Что такое управление ключевыми клиентами?	194
6.2. Преимущества и опасности при управлении ключевыми клиентами	196
6.3. Принятие решения о том, следует ли прибегнуть к управлению ключевыми клиентами	198
6.4. Задачи управления ключевыми клиентами и требуемые для этого навыки и умения	199
6.5. Модель управления формированием отношений с ключевыми клиентами	200
6.6. Продажи ключевым клиентам	205
6.7. Формирование взаимоотношений с ключевыми клиентами	218
6.8. Информация о ключевых клиентах и система планирования	221
6.9. Выводы	227
Практическое упражнение: Cloverleaf plc	227
Вопрос для обсуждения	231
Экзаменационные вопросы	232
<b>7. Продажи на основе взаимоотношений</b>	<b>233</b>
Цели	233
Ключевые термины	233
7.1. От комплексного управления качеством до заботы о потребителе	233
7.2. От подхода «точно в срок» к маркетингу взаимоотношениями	237
7.3. Понятие обратного маркетинга	240
7.4. От маркетинга взаимоотношениями до продаж на основе взаимоотношений	242
7.5. Тактические приемы продаж на основе взаимоотношений	245

7.6. Выводы	250
Практическое упражнение: Midlands Switchgear Limited	250
Вопросы для обсуждения	252
Экзаменационные вопросы	252
<b>8. Использование для продаж приемов прямого маркетинга и информационных технологий</b>	<b>253</b>
Цели	253
Ключевые термины	253
8.1. Прямой маркетинг	254
8.2. Дополнительное использование информации при продажах и управлении продажами	276
8.3. Выводы	294
Практическое упражнение: Святочные геммы	295
Вопросы для обсуждения	296
Экзаменационные вопросы	296
<b>Часть 3. СРЕДА, В КОТОРОЙ ОСУЩЕСТВЛЯЮТСЯ ПРОДАЖИ</b>	<b>297</b>
<b>9. Условия, в которых осуществляются продажи</b>	<b>298</b>
Цели	298
Ключевые термины	298
9.1. Ситуационные и управленческие факторы, влияющие на продажи	298
9.2. Каналы продаж	304
9.3. Промышленные/коммерческие продажи и продажи органам власти	311
9.4. Продажи для перепродажи	315
9.5. Услуги, связанные с продажами	322
9.6. Стимулирование продаж	326
9.7. Выставки	333
9.8. Паблик рилейшнз	339
9.9. Выводы	348
Практическое упражнение: Argent Distributors Ltd	349
Вопросы для обсуждения	352
Практическое упражнение: Yee W. Plastic Piping Components Ltd	353
Вопросы для обсуждения	354
Практическое упражнение: Quality Chilled Foods Ltd	354

Вопросы для обсуждения	355
Экзаменационные вопросы	356
<b>10. Международные продажи</b>	<b>357</b>
Цели	357
Ключевые термины	357
10.1. Введение	357
10.2. Экономические аспекты	358
10.3. Международные продажи и отдельная компания	372
10.4. Факторы культуры в международных продажах	374
10.5. Организация международных продаж	383
10.6. Ценообразование	395
10.7. Конкретное изучение международных продаж:	
Япония	398
10.8. Выводы	406
Практическое упражнение: Wardley Investment Service (Гонконг)	407
Вопросы для обсуждения	408
Практическое упражнение: Sapporo (Hong Kong) Ltd	409
Вопросы для обсуждения	410
Практическое упражнение: Quality Kraft Carpets Ltd	410
Вопросы для обсуждения	415
Экзаменационные вопросы	416
<b>11. Правовые и этические аспекты</b>	<b>417</b>
Цели	417
Ключевые термины	417
11.1. Контракт	418
11.2. Условия и временные сроки	419
11.3. Условия торговли	420
11.4. Практические приемы бизнеса и правовой контроль	425
11.5. Выводы	432
Практическое упражнение: Kwiksell Cars Ltd	432
Вопрос для обсуждения	434
Экзаменационные вопросы	434
<b>Часть 4. УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ</b>	<b>435</b>
<b>12. Наём и отбор персонала</b>	<b>436</b>
Цели	436
Ключевые термины	436

12.1. Важность отбора	436
12.2. Подготовка описания работ и спецификации требований к персоналу	440
12.3. Идентификация источников найма и методов коммуникации	444
12.4. Разработка эффективной формы заявки и подготовка короткого списка претендентов	447
12.5. Проведение собеседования	449
12.6. Дополнительная помощь в отборе	456
12.7. Выводы	460
Практическое упражнение: Plastic Products Ltd	461
Вопросы для обсуждения	462
Экзаменационные вопросы	462
<b>13. Мотивация и подготовка торговых представителей</b>	<b>463</b>
Цели	463
Ключевые термины	463
13.1. Мотивация	463
13.2. Подготовка торговых представителей	482
13.3. Выводы	495
Практическое упражнение: Продажа авторучек	496
Экзаменационные вопросы	496
<b>14. Организация деятельности торговых представителей и вознаграждение за их работу</b>	<b>499</b>
Цели	499
Ключевые термины	499
14.1. Организационная структура	499
14.2. Определение числа торговых представителей	509
14.3. Определение торговых территорий	511
14.4. Компенсация	515
14.5. Выводы	520
Практическое упражнение:	
The Silverton Confectionery Company	521
Вопрос для обсуждения	522
Экзаменационные вопросы	522
<b>Часть 5. КОНТРОЛЬ ЗА ПРОДАЖАМИ</b>	<b>523</b>
<b>15. Прогнозирование объема продаж</b>	<b>524</b>
Цели	524
Ключевые термины	524

Оглавление	11
15.1. Цель	524
15.2. Планирование	525
15.3. Уровни прогнозирования	529
15.4. Качественные приемы	530
15.5. Количественные приемы	536
15.6. Выводы	551
Практическое упражнение: Classical Reproductions Ltd	551
Вопросы для обсуждения	558
Экзаменационные вопросы	558
<b>16. Составление бюджета и его оценка</b>	<b>559</b>
Цели	559
Ключевые термины	559
16.1. Цель составления бюджета	559
16.2. Составление бюджета	560
16.3. Бюджет продаж	562
16.4. Распределение бюджета	564
16.5. Цель оценивания	565
16.6. Задание стандартов по работе	567
16.7. Сбор информации	568
16.8. Показатели работы	569
16.9. Оценочное собеседование	581
16.10. Выводы	582
Практическое упражнение: Dynasty Ltd	582
Вопросы для обсуждения	583
Практическое упражнение: MacLaren Tyres Ltd	583
Вопросы для обсуждения	586
Экзаменационные вопросы	586
<b>ПРИЛОЖЕНИЯ</b>	<b>587</b>
<b>Приложение 1. Изучение кейсов по продажам</b>	<b>588</b>
Кейс 1. Sophisto (UK) plc	588
Кейс 2. Sunderland Ceramics Limited	596
Кейс 3. Gardnov Limited	604
Кейс 4. Allwarm Knitting Limited	607
<b>Приложение 2. Приемы подготовки к экзаменам</b>	<b>613</b>
<b>Указатель аббревиатур</b>	<b>622</b>