

Содержание

Предисловие	7
1. Поле битвы — принципиальные отличия российского рынка FMCG от развитых мировых рынков.	10
2. Где бизнес? Ключевые цели сторон в цепи продаж — от производителя до потребителя	19
3. Продукт. От силы или от слабости. Несколько моментов истины. . . .	42
Свойства — преимущества — выгоды	46
Категорийная экспертиза	55
Дистрибьюция	66
Ценообразование	79
Выкладка и мерчандайзинг, поведение покупателя в магазине.	87
Промоактивности	95
4. Эффективная коммуникация.	113
Сбор информации для подготовки презентаций	114
Форматы убедительных продаж.	130
Работа с возражениями	136
Примеры коммерческих предложений для дистрибьютора и розничной сети магазинов	139

Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>

5. Дополнительно к переговорам — образование	162
Нюансы дистрибьюторского бизнеса: бюджетное планирование, KOST, основы P&L.	163
Нюансы сетевой розницы — категорийный менеджмент.	197
Занимательная математика как основа финансового управления ...	208
6. Проектная работа в продажах.	219
7. Минимальная управленческая отчетность: от чтения цифр до их понимания	227
8. Персонал. Система продаж как шестигранник — управление персоналом	236
Структура.....	239
Мотивация.....	246
Принятие решений: целеполагание, координация, контроль.....	260
Коммуникация: делегирование, коучинг, обратная связь	264
Обязанности	276
Эпилог	285