

中国化妆品行业销售人员管理研究报告 (2008)

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《中国化妆品行业销售人员管理研究报告（2008）》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/3284775IFI.html>

报告价格：纸质版：13300元 电子版：13800元 纸质+电子版：14300元

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

中国化妆品行业销售人员管理研究报告（2008）内容介绍：

【报告形式】动态研究报告（现成报告内容+客户指定内容+现时内容）

【报告作者】行业发展研究课题组

【报告提示】随着中国社会主义行业的企业具有一定参考价值。

1.前言

2.本报告的支撑理论

2.1绩效

2.2绩效评估系统

2.3目标管理理论

2.4关键绩效指标法

2.5360度反馈

2.6平衡记分卡

3.中国化妆品行业销售人员管理现状分析

3.1化妆品行业背景分析

3.1.1化妆品行业发展总概

3.1.2化妆品行业销售业绩分析

3.2化妆品行业销售组织及结构调查分析

3.2.1主要销售模式分析

3.2.2主要销售组织架构分析

3.2.3主要销售战略规划分析

3.3化妆品行业销售人员现状调查分析

3.3.1销售人员年龄结构分析

3.3.2进入岗位时间结构分析

3.3.3销售人员学历结构分析

3.3.4销售岗位职称结构分析

3.4化妆品行业销售人员管理模式调查分析

3.4.1化妆品行业销售人员的需要特征分析

3.4.2化妆品行业销售人员晋升现状分析

3.4.3化妆品行业销售人员管理制度分析

- 3.4.4化妆品行业销售人员管理模式分析
- 4.中国化妆品行业销售人员薪酬体系及管理调查分析
 - 4.1销售人员薪酬体系及管理研究的支撑理论
 - 4.1.1工资差别理论
 - 4.1.2人力资本理论
 - 4.1.3公平理论
 - 4.1.4双因素理论
 - 4.1.5期望理论
 - 4.2薪酬体系的发展趋势分析
 - 4.2.1国外薪酬体系的发展趋势分析
 - 4.2.2国内薪酬体系的发展趋势分析
 - 4.3化妆品行业现有销售人员薪酬模式调查分析
 - 4.3.1固定薪酬模式调查分析
 - 4.3.2纯目标激励佣金模式调查分析
 - 4.3.3纯目标激励奖金模式调查分析
 - 4.3.4混合薪酬模式调查分析
 - 4.4化妆品行业现行薪酬体系的调查分析
 - 4.4.1化妆品行业现行薪酬体系执行情况分析
 - 4.4.2化妆品行业现行薪酬体系的员工满意度调查分析
 - 4.4.3化妆品行业市场薪酬福利调查分析
 - 4.5化妆品行业薪酬体系影响因素的调查分析
 - 4.5.1外部因素评价
 - 4.5.2内部因素评价
 - 4.6化妆品行业销售人员薪酬体系存在问题分析 30-34
 - 4.6.1营销管理人员薪酬评价
 - 4.6.2结构工资制评价
 - 4.6.3提成工资制评价
 - 4.7化妆品行业销售人员现代薪酬模式的构建思路
 - 4.7.1现代薪酬模式的构建原则
 - 4.7.2直接经济性薪酬
 - 4.7.3间接经济性薪酬
 - 4.7.4非经济性薪酬

- 4.8化妆品行业销售人员薪酬体系方案设计
 - 4.8.1薪酬体系设计思路
 - 4.8.2薪酬体系设计原则
- 4.9化妆品行业薪酬体系的具体设计
 - 4.9.1岗位分析
 - 4.9.2岗位工资
 - 4.9.3绩效工资
 - 4.9.4能力工资
 - 4.9.5福利
- 4.10化妆品行业销售人员薪酬体系再设计效果评价
 - 4.10.1初步实施效果评价
 - 4.10.2初步实施中的存在问题及相关配套措施
- 5.中国化妆品行业销售人员绩效管理研究
 - 5.1绩效管理的指标和标准
 - 5.1.1销售人员关键绩效指标
 - 5.1.2销售人员绩效标准
 - 5.1.3绩效指标权重设置
 - 5.1.4企业支持系统
 - 5.2国内外现行绩效管理综述
 - 5.2.1国内外当今绩效考评的主要方法
 - 5.2.2国内销售人员绩效的影响因素分析
 - 5.2.3国外销售人员绩效的影响因素分析
 - 5.3化妆品行业绩效管理现状分析
 - 5.3.1总概
 - 5.3.2绩效管理存在的问题分析
 - 5.4化妆品行业销售人员绩效管理体系设计方案
 - 5.4.1绩效计划管理设计方案
 - 5.4.2绩效的实施与管理设计方案
 - 5.4.3绩效考核的设计方案
 - 5.4.4绩效反馈的设计方案
 - 5.4.5绩效考核结果的应用设计方案
- 6.中国化妆品行业销售人员激励机制研究

6.1 销售人员激励机制研究的支撑理论

6.1.1 需要层次理论

6.1.2 ERG理论

6.1.3 双因素理论

6.1.4 期望理论

6.1.5 公平理论

6.1.6 强化理论

6.2 企业的营销战略及其对销售人员的要求

6.2.1 企业的营销战略

6.2.2 企业的营销战略对销售人员的要求

6.3 国际先进企业的激励实践经验及其启示

6.4 化妆品销售人员激励现状分析

6.4.1 现行激励机制概况

6.4.2 销售人员绩效考核制度分析

6.4.3 对现行激励机制执行效果的调查分析

6.4.4 销售人员满意度调查问卷及分析

6.4.5 现行激励政策存在的主要问题及分析

6.5 化妆品行业销售人员激励政策的改进

6.5.1 销售人员薪酬政策的改进

6.5.2 销售人员晋升制度的改进

6.5.3 销售人员绩效考核的改进

6.5.4 销售人员培训的改进

6.6 化妆品行业销售人员激励方案的设计

6.6.1 方案设计的目标

6.6.2 方案设计的原则

6.6.3 方案设计的内容

6.6.4 激励机制的具体设计

6.7 激励方案实施的保障

6.7.1 可预见问题分析

6.7.2 保证激励方案的顺利实施办法

6.7.3 激励机制执行过程中应注意的问题

6.8 建立与激励机制相配套的约束机制

- 6.8.1文化性层面激励与约束机制
- 6.8.2制度性层面激励与约束机制
- 6.8.3技术性层面激励与约束机制
- 7.中国化妆品行业销售人员培训研究
 - 7.1化妆品行业销售人员培训研究的支撑理论
 - 7.1.1行为学习理论
 - 7.1.2认识理论
 - 7.1.3人本主义理论
 - 7.1.4成人学习理论
 - 7.1.5社会学习理论
 - 7.1.6直接指导理论
 - 7.2化妆品行业销售人员培训现状分析
 - 7.2.1化妆品行业销售人员培训总概
 - 7.2.2化妆品行业销售人员培训的问卷调查分析
 - 7.2.3化妆品行业销售人员培训的问题分析
 - 7.3化妆品行业销售人员的培训需求分析
 - 7.3.1培训需求分析的作用
 - 7.3.2培训需求分析的内容
 - 7.3.3培训需求分析的方法
 - 7.3.4组织分析
 - 7.3.5任务分析
 - 7.3.6员工分析
 - 7.4化妆品行业销售培训的战略分析
 - 7.4.1销售人员培训的分类和构成
 - 7.4.2销售人员培训的系统性分析
 - 7.4.3销售人员培训与企业文化
 - 7.4.4销售人员培训与职业生涯管理
 - 7.4.5销售人员培训与人格培养
 - 7.4.6销售人员培训的目标和原则
 - 7.5化妆品行业销售人员培训的方案设计
 - 7.5.1方案设计重点
 - 7.5.2培训计划的制定

- 7.5.3 培训的实施
- 7.5.4 培训评估与反馈
- 8. 中国化妆品行业销售人员流失问题及其应对策略
 - 8.1 化妆品行业销售人员流失问题分析
 - 8.1.1 销售人员流失的调查分析
 - 8.1.2 销售人员的流失率调查分析
 - 8.1.3 销售人员流失的危害
 - 8.1.4 销售人员流失与企业发展阶段的关系
 - 8.1.5 销售人员流失的成本分析
 - 8.2 化妆品行业销售人员流失的原因分析
 - 8.2.1 外部影响因素分析
 - 8.2.2 内部影响因素
 - 8.3 化妆品行业销售人员流失问题的应对策略
 - 8.3.1 销售队伍的管理制度建设
 - 8.3.2 企业文化建设
 - 8.3.3 企业环境建设
 - 8.3.4 企业风险预防机制建设
- 9. 中国化妆品行业销售人员监督管理机制研究
 - 9.1 化妆品行业销售人员监督管理机制的构建意义
 - 9.1.1 销售人员频繁流动需要建立监督管理机制
 - 9.1.2 销售工作的特点需要建立监督管理机制
 - 9.1.3 销售领域出现的问题需要建立销售监管机制
 - 9.1.4 企业发展需要建立健全销售人员监管机制
 - 9.2 化妆品行业销售人员职业道德缺失问题分析
 - 9.2.1 内部职业道德缺失的表现
 - 9.2.2 外部职业道德缺失的表现
 - 9.3 销售人员职业道德缺失原因分析
 - 9.3.1 外部因素分析
 - 9.3.2 内部因素分析
 - 9.3.3 个体因素分析
 - 9.4 化妆品行业销售人员监督管理机制的构建策略
 - 9.4.1 构建销售人员监督管理机制的可行性分析

9.4.2销售人员监督管理机制的主要控制点

9.4.3销售人员监督管理的具体实施

10.结论

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/3284775IFI.html>