

中国平面广告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

《中国平面广告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/chuanmei/T616515M23.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

[b]中国[b]平面广告[/b]行业销售人员管理研究报告（2008）内容介绍：[/b]

【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。

[b]1.前言[/b]

[b]2.本报告的支撑理论[/b]

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

[b]3.中国平面广告行业销售人员管理现状分析[/b]

3.1平面广告行业背景分析

3.1.1平面广告行业发展总概

3.1.2平面广告行业销售业绩分析

3.2平面广告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平面广告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平面广告行业销售人员管理模式调查分析

3.4.1平面广告行业销售人员的需要特征分析

3.4.2平面广告行业销售人员晋升现状分析

3.4.3平面广告行业销售人员管理制度分析

3.4.4平面广告行业销售人员管理模式分析

[b]4.中国平面广告行业销售人员薪酬体系及管理调查分析[/b]

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平面广告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平面广告行业现行薪酬体系的调查分析

4.4.1平面广告行业现行薪酬体系执行情况分析

4.4.2平面广告行业现行薪酬体系的员工满意度调查分析

4.4.3平面广告行业市场薪酬福利调查分析

4.5平面广告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平面广告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平面广告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平面广告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平面广告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平面广告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
- [b]5.中国平面广告行业销售人员绩效管理研究[/b]
 - 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平面广告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平面广告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
- [b]6.中国平面广告行业销售人员激励机制研究[/b]
 - 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
- 6.1.2ERG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平面广告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平面广告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平面广告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

[b]7.中国平面广告行业销售人员培训研究[/b]

7.1平面广告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平面广告行业销售人员培训现状分析

7.2.1平面广告行业销售人员培训总概

7.2.2平面广告行业销售人员培训的问卷调查分析

7.2.3平面广告行业销售人员培训的问题分析

7.3平面广告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平面广告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平面广告行业销售人员培训的方案设计

7.5.1方案设计的重点

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

[b]8.中国平面广告行业销售人员流失问题及其应对策略[/b]

8.1平面广告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平面广告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平面广告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

[b]9.中国平面广告行业销售人员监督管理机制研究[/b]

9.1平面广告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平面广告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平面广告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

[b]10.结论[/b]

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/T616515M23.html>