



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 中国大型装备行业销售人员管理 市场分析及发展趋势研究报告（ 2008）

## 一、调研说明

《中国大型装备行业销售人员管理市场分析及发展趋势研究报告（2008）》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/37396.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

随着我国社会主义市场经济的发展，竞争日趋激烈，人们的营销意识逐渐增强。但企业往往偏重于促销方面的事情，而忽略了踏踏实实的销售管理工作。本报告正是针对营销界中出现的这种偏差，通过系统地分析来说明销售管理对于整个营销活动的重要性。本报告作为销售业务管理的配套内容，系统地就大型装备行业销售人员的管理问题进行了解析。人才是公司之本。但是如何选人、用人、育人、留人却是人本管理的重要分项课题。本报告以此为核心，详细介绍了大型装备行业从销售人员的招募、训练到对销售人员的奖励、评估等各个环节上比较具体的方式方法，确保大型装备企业组建一支不仅素质高、而且活力充沛和创造力旺盛的专业销售队伍，报告中以基本的销售活动为原点，通过解析大型装备行业销售人员管理过程，以促使销售队伍保持高昂的士气，强烈的敬业意识及协调高效的团队精神。本报告在大量周密的市场调研基础上，依据国家统计局、国家商务部、国务院发展研究中心等公布和提供的大量资料，组织课题组编辑而成。本报告是高层次、权威性，深度研究与实际应用的有机结合，对我国大型装备行业的企业具有一定参考价值。

### 【 目录 】

#### 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.中国大型装备行业销售人员管理现状分析

##### 3.1大型装备行业背景分析

##### 3.1.1大型装备行业发展总概

- 3.1.2大型装备行业销售业绩分析
- 3.2大型装备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大型装备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大型装备行业销售人员管理模式调查分析
  - 3.4.1大型装备行业销售人员的需要特征分析
  - 3.4.2大型装备行业销售人员晋升现状分析
  - 3.4.3大型装备行业销售人员管理制度分析
  - 3.4.4大型装备行业销售人员管理模式分析
- 4.中国大型装备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大型装备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大型装备行业现行薪酬体系的调查分析

- 4.4.1大型装备行业现行薪酬体系执行情况分析
- 4.4.2大型装备行业现行薪酬体系的员工满意度调查分析
- 4.4.3大型装备行业市场薪酬福利调查分析
- 4.5大型装备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大型装备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大型装备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大型装备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大型装备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大型装备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.中国大型装备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大型装备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大型装备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.中国大型装备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
    - 6.1.2ERG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大型装备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大型装备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大型装备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.中国大型装备行业销售人员培训研究
  - 7.1大型装备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大型装备行业销售人员培训现状分析
    - 7.2.1大型装备行业销售人员培训总概
    - 7.2.2大型装备行业销售人员培训的问卷调查分析

### 7.2.3大型装备行业销售人员培训的问题分析

## 7.3大型装备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大型装备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大型装备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

## 8.中国大型装备行业销售人员流失问题及其应对策略

### 8.1大型装备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大型装备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大型装备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.中国大型装备行业销售人员监督管理机制研究

9.1大型装备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大型装备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大型装备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：<https://www.icandata.com/view/37396.html>

## 三、研究方法

1、系统分析方法

- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

## 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;  
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;  
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;  
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。