

○ 促销员管理的问题及解决方案

—— 如何管理促销员



促销员的重要性

○ 当代营销，终端为上。

促销员的工作直接关系到品牌形象、宣传效果、零售业绩、顾客美誉度等致命因数。

促销员从人数上看，是公司营销队伍的主体，如何调动她们的积极性是公司发展的关键因素之一。

任何的大型活动、对竞品的打击、销量的直接提升都必须由促销员最终完成。



问题一：

促销员的工作和我有什么关系？

-----对促销员管理重视不够

○症状：

- 1、一周以上不过问促销员
- 2、一月以上不清楚促销员情况
- 3、一个季度对促销员和促销网点不进行现状分析和调整



○解决方案：

- 1、对重点区域的重点促销员要进行重点关注
- 2、对非重点区域的促销员每月进行信息交流
- 3、定期对全部促销员、促销网点进行症状及时调整，确保促销员资源的有效利用



问题二： 为什么别人的促销网点比我的好 -----仓促促销

○症状：

- 1、没有对促销网点进行深度症状，就仓促上促销员。
- 2、上促销员的网点，上货不全不及时，宣传资料不到位。

解决方案：

- 1、要对促销网点进行深度症状的前提下，再上促销员。对没有前途，没有战略意义的促销网点坚决不上。
- 2、对促销员进行资源上的支持：包括品项，宣传资料，宣传工具

问题三： 地主家有多少余粮？

-----平均分配资源

○症状：

- 1、永远觉得促销员数量不够
- 2、没有将促销用品、工具分派到最能出销量的卖场
- 3没有将最好的促销员派驻到最有潜力的卖场

解决方案：

- 1、平均分配资源只能导致平庸的业绩,伤其十指不如断其一指.
- 2、合理利用、分配资源,努力营造优势卖场.

问题四： 我管不了那么多？

-----管理幅度过大

○症状：

- 1、没时间、没精力管理促销员
- 2、促销员管理失控,不知道促销员在干什么,干的怎么样

解决方案：

- 1、建立合理的促销管理架构,或成立促销主管或将促销员的管理合理分工给业务员
- 2、按照方便管理的原则,预先制定管理方案:包括区域划分、检查方法.

问题五：

为什么别人的促销员总是比我的聪明
？

-----促销员素质低下

○症状：

- 1、促销员没有自学能力
- 2、促销员不能领会公司的活动政策
- 3、语言表达能力差
- 4、与商场、同场促销员等关系不好



○原因：

- 1、对促销员是公司第一形象的理解不够。
- 2、对促销员的招聘把关不严。
- 3、对人员流动估计、控制不足。
- 4、培训不够。

解决方案：

- 1、拓宽招聘渠道、加强招聘技巧；
- 2、对促销员宁缺毋滥。
- 3、加强促销员培训。



问题六： 到哪里找那么好的人？ -----招不到合适的促销员

○症状：

1、别人的促销员总是比我的好

○原因：

1、对促销员的选择方式不了解；

2、对促销员选择标准不科学；

3、对促销员的来源不清楚；



○解决方案：

- 1、对促销员的能力结构深入研究；
- 2、了解促销员的选择方式：广告招聘、人员介绍、中介机构推荐；
- 3、对促销员的面试进行量化考核，提高面试的准确性；
- 4、多培训、多提高。



问题七： 她会不会安静的走开？ -----留住优秀促销员

○症状：

- 1、促销员流失率过大；
- 2、好的促销员总是被人挖走；
- 3、当促销员提出辞职时，我们提不出挽留的合适理由；
- 4、当促销员提出辞职时，我们总是意识到我们原本避免人员流失；

○原因：

- 1、薪酬、提成方案不合理，没有市场竞争性；
- 2、没有进行思想培训；
- 3、没有提供晋升空间和成就感；
- 4、关心不够，有“孤儿感”；

解决方案：

- 1、建立合理的薪酬提成方案。
- 2、加强企业文化培训，增加归宿感和认同感。
- 3、运用物质、精神奖励，使她们有成就感。
- 4、多多关心、注意培养、合理晋升。



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/608037131130006127>