

The slide features a decorative border at the top and bottom consisting of green leaves and small white flowers with yellow centers. The background is a light blue sky with soft, white clouds. The main title is centered in a black serif font.

宝玛隆渠道业务员培训

The slide features a decorative border at the top and bottom consisting of green leaves and small white flowers with yellow centers. The background is a light blue sky with soft, white clouds. The main title is centered in the middle of the slide.

渠道业务员培训资料

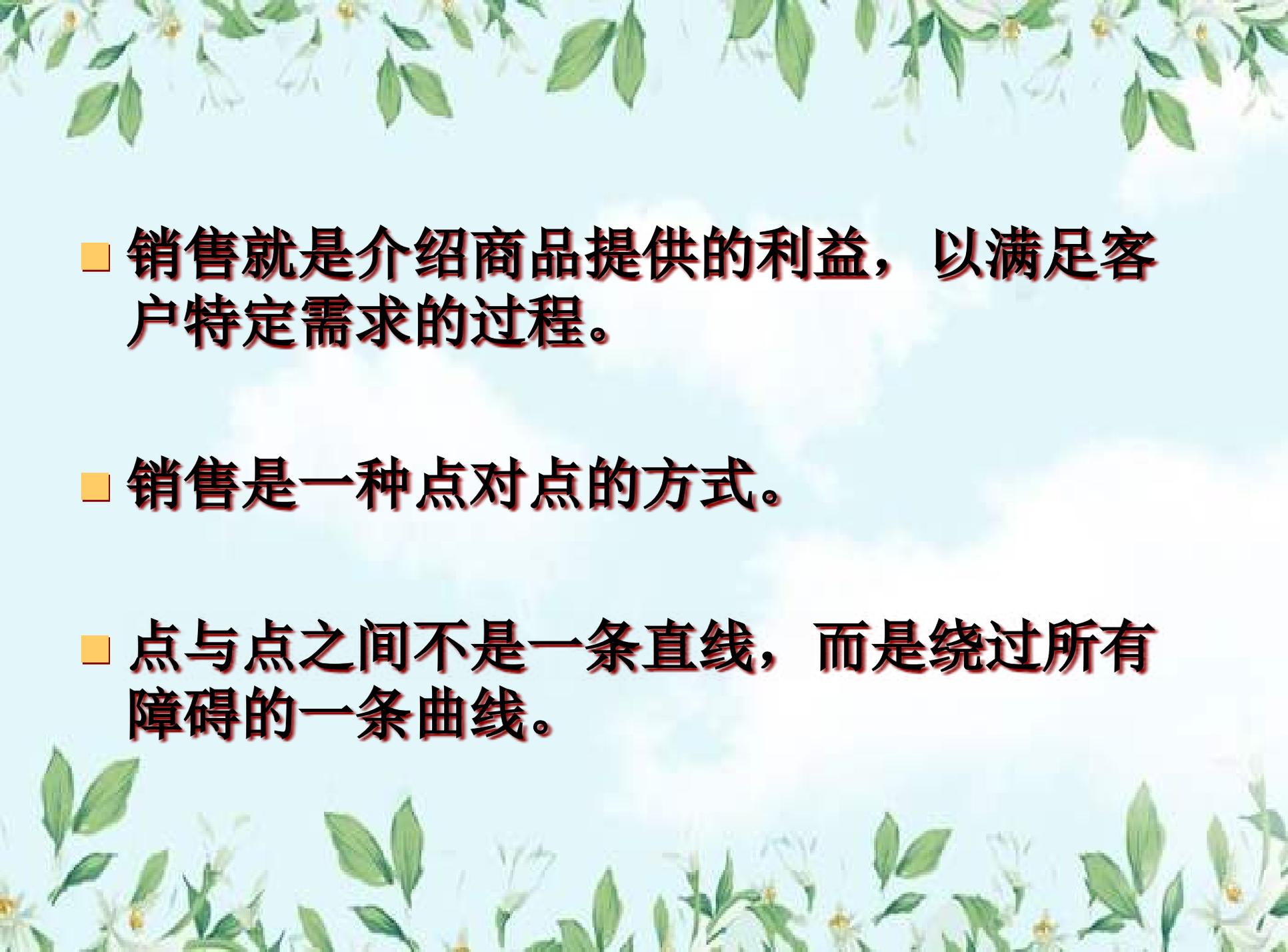
目 录

- 一、销售和营销
- 二、销售途径
- 三、渠道经销商加盟商定义和条件
- 四、渠道经销商加盟商开发和维护

一、销售和营销

1. 销售:

销售就是创造、沟通与传送价值给顾客，及经营顾客关系以便让组织与其利益关系人（**stakeholder**）受益的一种组织功能与程序。

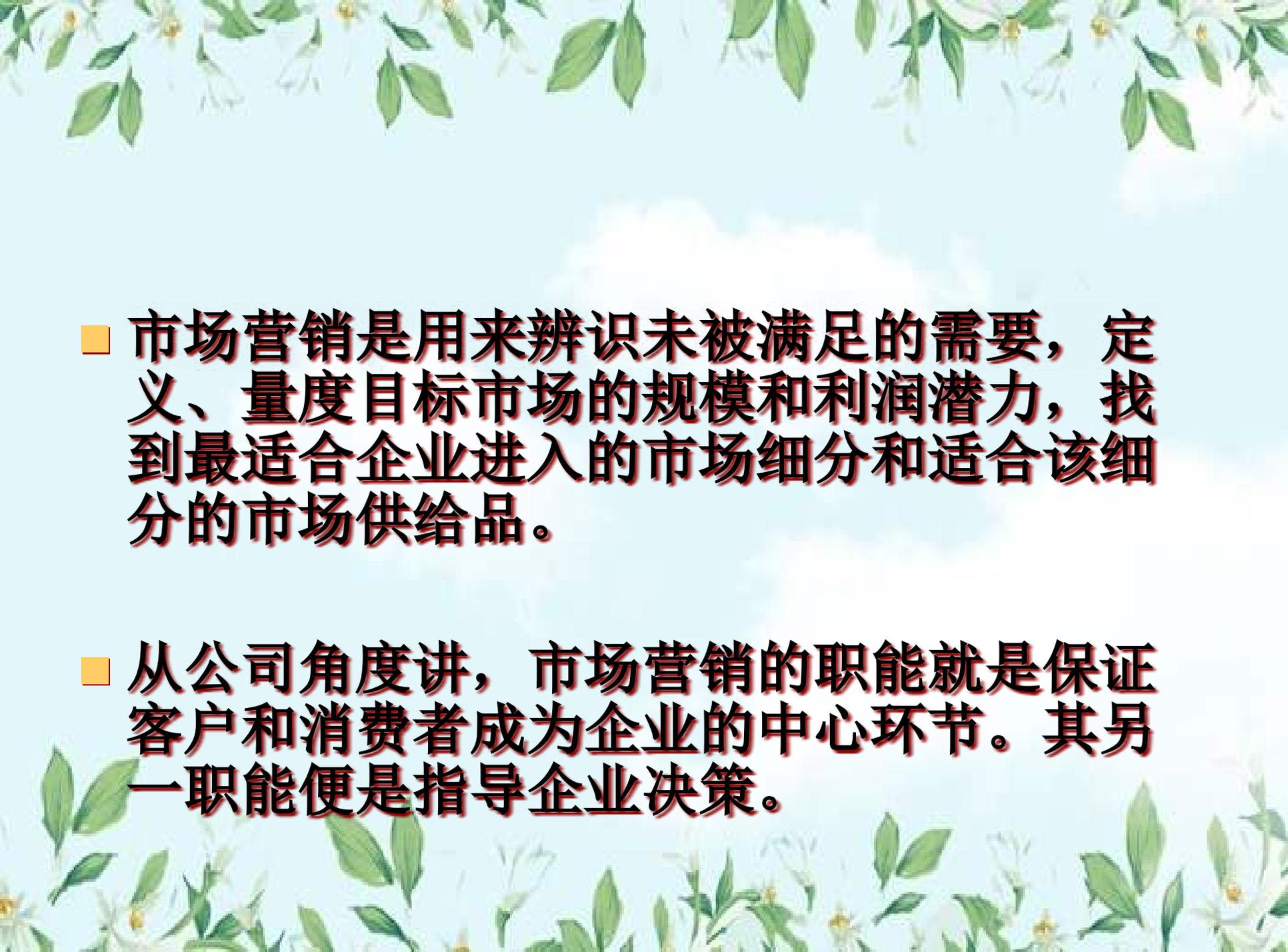
- 
- **销售就是介绍商品提供的利益，以满足客户特定需求的过程。**
 - **销售是一种点对点的方式。**
 - **点与点之间不是一条直线，而是绕过所有障碍的一条曲线。**

2. 营销

- **市场营销（Marketing）** 又称为**市场学、市场行销或行销学**。简称“**营销**”，台湾常称作“**行销**”；
- **市场营销**是指**个人或集体通过交易其创造的产品或价值，以获得所需之物，实现双赢或多赢的过程**。

营销包含两种含义：

- 一种是动词理解，指企业的具体活动或行为，这时称之为市场营销或市场经营；
- 另一种是名词理解，指研究企业的市场营销活动或行为的学科，称之为市场营销学、营销学或市场学等。

- 
- **市场营销是用来辨识未被满足的需要，定义、量度目标市场的规模和利润潜力，找到最适合企业进入的市场细分和适合该细分的市场供给品。**
 - **从公司角度讲，市场营销的职能就是保证客户和消费者成为企业的中心环节。其另一职能便是指导企业决策。**

3.销售和营销的差异:

销售

- 是一种战术思考
- 以销售力为中心
- 注重销售的技巧与方法
- 关心的是现有商品的销售和销售目标的实现

营销

- 是一种战略思考
- 以创造力为中心
- 注重建立可持续销售的系统
- 关心的是客户的需求满足和企业的永续经营

从销售到营销的跨越其实就是从：

生存到永续

短利到长利

眼前到未来

战术到战略

二、销售途径

企业厂家（宝玛隆）

店面销售（包含网购）

团购（大客户）销售

终端销售（酒店商超夜场）

渠道销售（经销商和加盟商）

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/316021005223010241>