

CUPRINS

CAPITOLUL 1

CADRUL CONCEPTUAL AL FORȚELOR DE VÂNZARE – POZIȚIONAREA LOR ÎN ACTIVITATEA DE MARKETING A FIRMEI.....	9
1.1. Rolul și importanța forțelor de vânzare în activitatea de marketing.....	10
1.2. Obiectivele specifice ale forței de vânzare - structura tipologică a activităților comerciale și a agenților de vânzări	15
Structura tipologică a activităților comerciale și a agenților de vânzări.....	18
1.3 Forța de vânzare din perspectiva activității de distribuție și a politicii de comunicare a firmei	21
1.3.1 Forța de vânzare din perspectiva activității de distribuție.....	22
1.3.2 Forța de vânzare din perspectiva activității de comunicare.....	29

CAPITOLUL 2

MANAGEMENTUL FORȚEI DE VÂNZARE.....	32
2.1 Managementul instituțional - organizațional.....	33
2.1.1 Organizarea structurală a forței de vânzare	37
Forța de vânzare structurată teritorial/geografic.....	37
Forța de vânzare structurată pe produse	40
Forța de vânzare structurată pe clienți.....	42
2.2 Analiza și planificarea posturilor și a activității forței de vânzare.....	44
2.2.1 Metode și tehnici utilizate pentru dimensionarea numerică a agenților de vânzări.....	48
2.3 Recrutarea și selecția personalului/agenților de vânzări.....	55

2.3.1 Cauzele renunțării/vacantării posturilor și măsurile necesare pentru limitarea acestora.....	59
2.4 Salarizarea/recompensarea personalului pe măsura performanțelor	64
2.4.1. Metode și tehnici de calcul a salariului brut și net.....	69
2.4. Evaluarea performanțelor profesionale.....	73
2.5.1 Metode și tehnici de evaluare a performanțelor profesionale individuale și colective	77
Stabilirea cotelor de vânzări	77
2.6 Formarea și perfecționarea profesională a personalului angajat în vânzări.....	82
2.6.1 Instruirea și perfecționarea personalului – metode și tehnici utilizate	87

CAPITOLUL 3

REGULI COMPORTAMENTALE ȘI PRINCIPII

GENERALE ÎN RELAȚIA VÂNZĂTOR-CLIENT	90
3.1 Tipologia și comportamentul consumatorului	91
3.2 Reguli comportamentale în relația vânzător-client.....	95
3.3 Principii generale ce trebuie respectate de agenții comerciale/agenții de vânzări.....	99

CAPITOLUL 4

STRATEGII MANAGERIALE PRIVIND GESTIUNEA FOR-

ȚEI DE VÂNZARE	103
4.1 Coordonate ale strategiei manageriale privind gestiunea forței de vânzare	104

BIBLIOGRAFIE	115
--------------------	-----

TESTE – GRILĂ.....	119
--------------------	-----

RĂSPUNSURI:	149
-------------------	-----