



fourteenth edition

MARKETING

Michael J. Etzel | Bruce J. Walker | William J. Stanton



인적판매 및 판매관리

학습목표

- 촉진프로그램에서 인적판매의 역할
- 인적판매의 활용 시기
- 인적판매 유형
- 인적판매 업무의 다양성
- 인적판매 방법의 변화
- 인적판매 과정
- 판매원 관리의 전략적 역할
- 판매원 충원, 운용 및 평가

인적판매

주요 촉진 수단

고객의 상품 구매 설득을 위한
정보의 인적 커뮤니케이션

인적판매
종사자

16,000,000명

광고업계
종사자

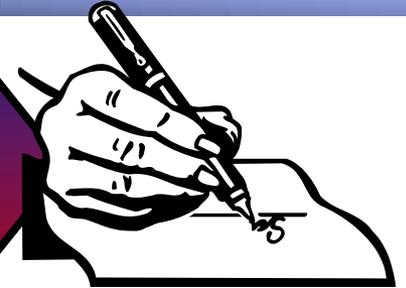
500,000명

촉진수단으로서 인적판매

융통성



목표는
판매



집중성



고비용



불필요한
노력의
최소화

능력 있는
판매원 확보가
어려움

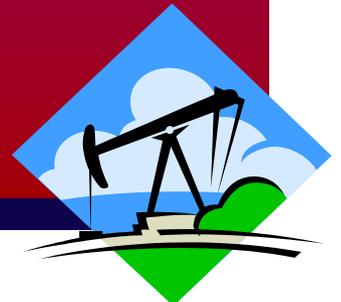
인적판매가 적절한 상황

집중된 시장:

- 지역적으로,
- 소수의 산업체,
- 소수의 대량구매 고객

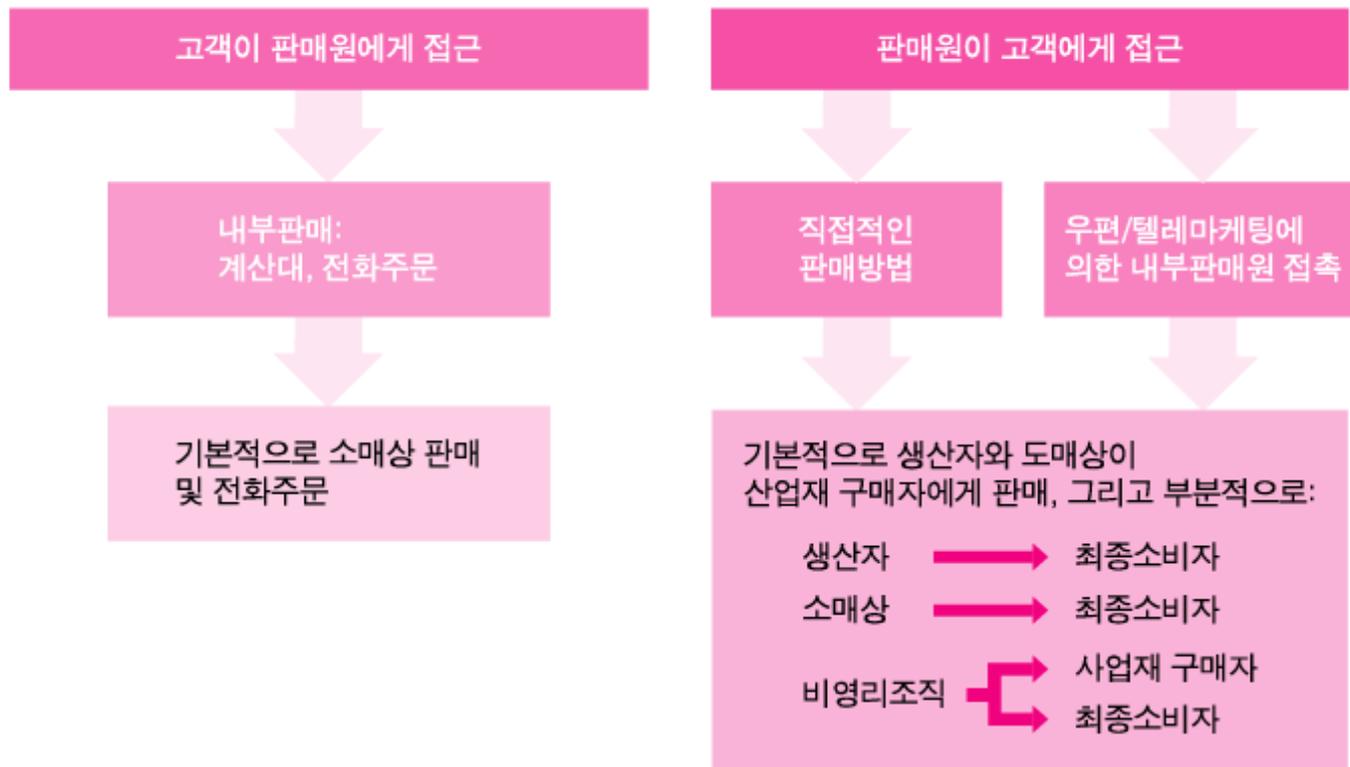
제품

- 가치를 판별하기가 쉽지 않고,
- 높은 단위당 가격,
- 기술적으로 복잡,
- 실연이 필요,
- 고객요구에 따른 조정이 필요,
- 도입기에 있는 경우

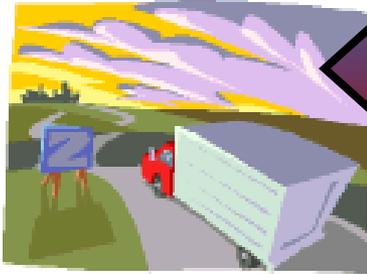


인적 판매의 범위

그림 18-1 인적 판매의 범위



판매직의 다양성



배달 판매원



내부 주문 수령자

섭외 판매원

외부 주문 수령자



기술 판매원



상담 판매원

인적판매

전문판매인



인적판매 비용



판매직의 독특성

인적판매 패턴의 변화

판매센터



시스템 판매



글로벌
판매팀

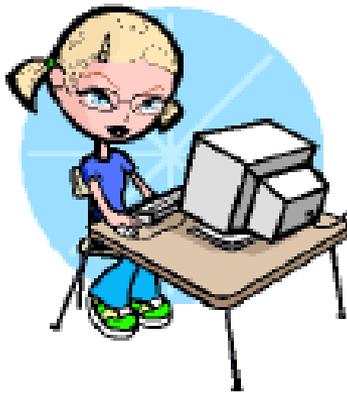


인적판매 패턴의 변화

관계지향적
판매



텔레마케팅

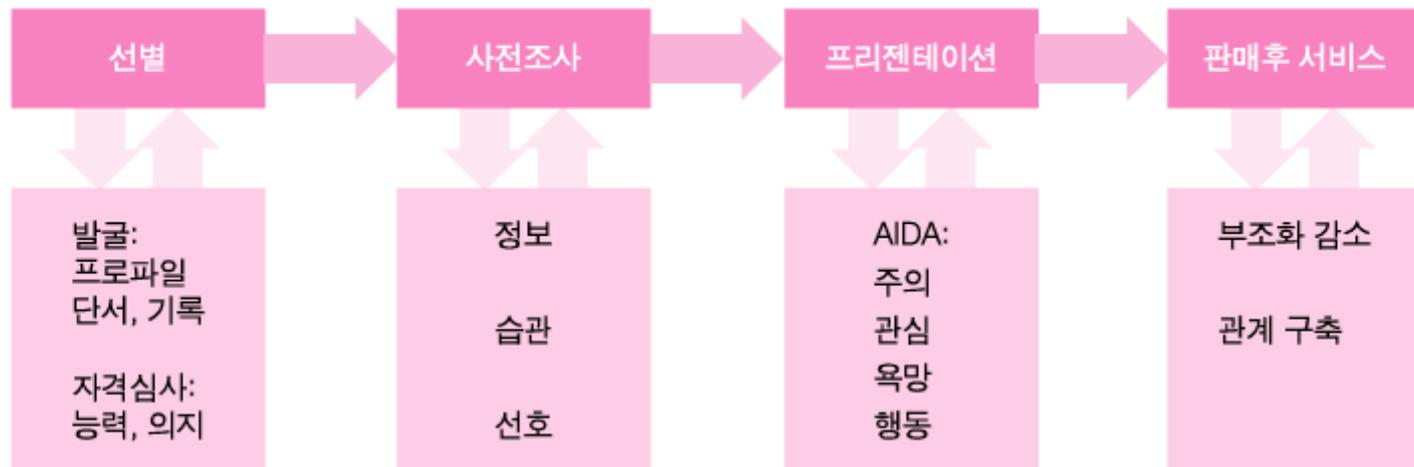


인터넷 판매

판매원
자동화

인적 판매 과정

그림 18-2 인적 판매 과정



판매원 충원과 관리

■ 그림 18-3 ■ 판매원 충원 및 관리



모집과 선발

고용명세 결정

지원자 모집



자격심사

판매원 보상

고정급

성과급

혼합형



판매원 성과 평가

양적



질적

주요 용어 및 개념

- 인적판매
- 내부판매
- 외부판매
- 판매센터
- 시스템 판매
- 글로벌 판매팀
- 관계지향적 판매
- 텔레마케팅
- 인터넷 판매
- 판매원 자동화
- 인적판매과정
- **AIDA**
- 판매원 보상방법
- 양적평가기준
- 질적평가기준