



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

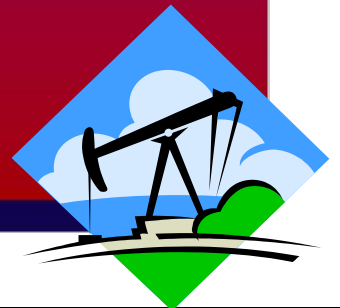
# 인적판매가 적절한 상황

## 집중된 시장:

- 지역적으로,
- 소수의 산업체,
- 소수의 대량구매 고객

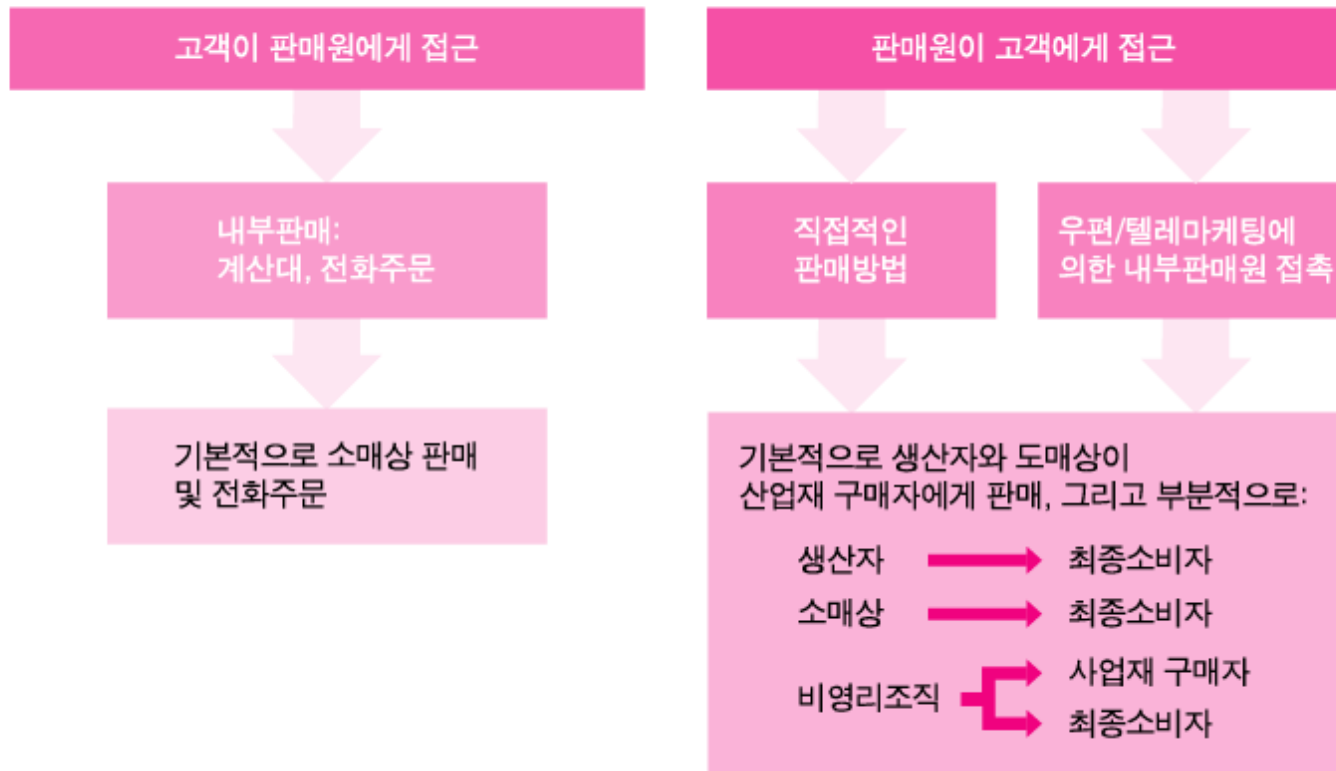
## 제품

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

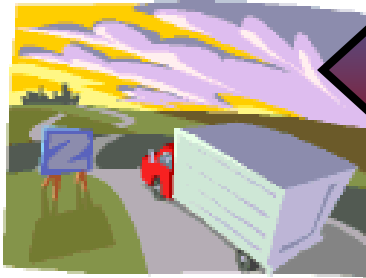


# 인적 판매의 범위

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

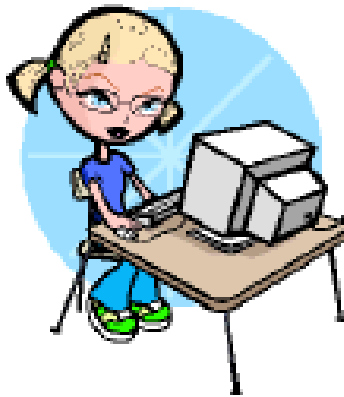


# 인적판매 패턴의 변화

관계지향적  
판매



텔레마케팅

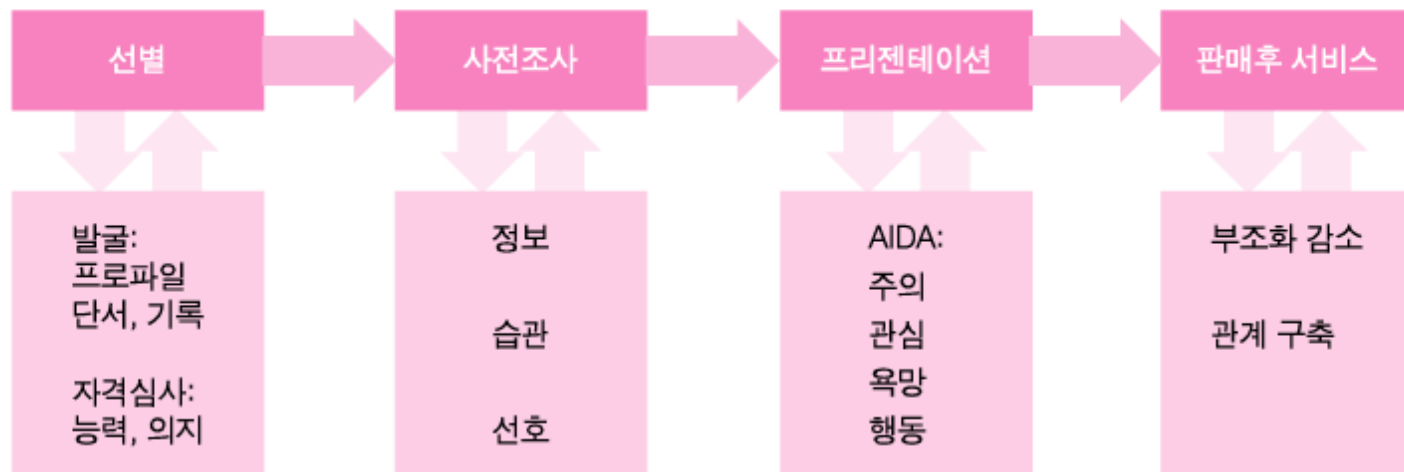


인터넷 판매

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