

推銷員銷售態度及行為與工作績效關係之研究:以汽車推銷員為例

呂旺坤、劉水深

E-mail: 8515666@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究主要探討汽車業銷售員的「銷售態度」、「銷售行為」及「銷售績效」之間的關係，並檢視「努力程度」、「產品知識」對銷售績效的影響。從理論文獻的探討，本研究整理出各相關的變數，將之轉換以問卷的方式蒐集資料，用以分析各變數之間的關係。本研究主要的發現，包括：一、「視顧客為競爭對手」與銷售員自評的整體表現成低度正相關。二、「關懷他人」、「視顧客為夥伴」及「重視關係利益」的銷售態度，與部份績效指標成正相關。三、銷售主管評估的績效，與銷售員銷售態度無關。四、顧客資訊的蒐集與應用，與銷售績效成正相關。五、以「誘導」的方式來進行說服顧客，在本研究中也得到部份支持，與銷售績效成正相關。六、「糾正顧客的錯誤」、「利用謀略與技巧」及「設法操弄顧客」與績效成正相關。七、「合作」的關係銷售行為，與銷售績效成正相關。八、銷售態度與銷售行為之間可能為正相關。九、行銷觀念或顧客導向，與資訊蒐集與應用及調適性銷售行為成正相關。十、關懷他人程度高者，與資訊蒐集與應用成正相關。十一、視顧客為競爭對手或合作夥伴，與其說服顧客的方式，呈現十分混淆的現象，值得進一步研究。十二、「重視關係利益」與「和顧客合作」成正相關。十三、工作努力程度與產品知識，和銷售員自評的績效成正相關。十四、年齡與從事汽車銷售的年資，和「調適性銷售行為」、「資訊蒐集與應用」、及「以誘導方式說服顧客」成正相關，亦和銷售績效成正相關，學歷和經歷則與銷售態度、行為及績效無關。本研究並對後續研究及汽車業銷售實務方面提出建議。

關鍵詞：銷售態度；銷售行為；推銷員

目錄

0

參考文獻

0