促销员管理，人治还是法治？人力资源管理考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/510/2021_2022__E4_BF_83_E9_94_80_E5_91_98_E7_c37_510061.htm

在现代终端为王的市场经济，促销员作为促成销售的最后一个关口，他们的作用也越来越明显。而且，随着产品同质化的现象越来越严重，终端销售更凸显出促销员的重要性。目前，已经有越来越多的厂家和商家都认识到了促销员的重要性，加强了对促销员的管理工作：他们把促销员纳入自己公司的体系，给予正式员工的身份，提供专业的培训，还制定了不少的管理条例。然而，大多数的公司对促销员的管理效果并不理想——花了大力气建设促销员队伍，但是这个队伍里面的成员总是在变动，建设总是在原地踏步。怎样才能建设一支相对稳定的，战斗力强悍的促销员队伍呢？笔者认为，还是要在管理方面下功夫。目前，对促销员的管理主要有两种方式：人治和法治。那么两者孰优孰劣？

促销员的特性分析

促销员是一个相对比较特殊的营销团体，他们文化不高，年龄基本偏大，大多数为女性，以赚钱为第一要务，很少有人对自己今后的发展有一个明晰的目标。尤其是最后面这一点，就决定了他们对品牌的忠诚度不高，流动性很强。因为他们文化不高，所以在接受公司培训的时候接受能力方面就有欠缺，对产品知识、促销技巧的学习需要花费很大的精力。由于大多数促销员都是中年的女性，她们的要求也很低——赚一点钱补充家用，他们关心的大部分是家庭，所以对工作的积极性方面也有不足。而且对参加促销员培训活动天生就有一种抵触的情绪：有这个时间，不如到菜市场去买菜，回家为家人做饭呢

。笔者参加过几次对促销员的培训活动，说实话，从头到尾，整个会场总是叽叽喳喳，小声的议论不绝于耳，在听得她们的议论内容却是，xx商场有换季服装处理，昨天猪肉又涨价了，等等。这样的培训效果可想而知。做促销就是为了赚钱。于是，许多厂商把招揽别的品牌的优秀促销员作为一项重要工作，既节约了培训时间和精力，又能打击竞争品牌。而招揽促销员所需要做的工作很简单：给出比别人更高的薪酬待遇和提成点数。所以，当你在卖场里面看到一个熟悉的A品牌促销员某天突然出现在B品牌的专柜的时候，你千万不要惊讶。厂商对促销员管理的分析 厂商对促销员的管理，主要就是两种，一种是打“感情牌”，用业务员与促销员的私人关系来维系，也就是“人治”；另一种是制度牌，制定严格的制度来对促销员管理，即“法治”。促销员基本上是缺少品牌忠诚度的，用一句通俗的话来说，就是无根的浮萍，谁给的报酬高，就为谁工作。但是，促销员也会有感情，而且通常他们的感情不是对某个品牌，而是对经常关心他的这个品牌的业务员。龙×品牌的一个促销员，销售技能十分过硬，在卖场里面保持着第一的销售成绩，也有不少品牌花更多的报酬邀请他为本品牌工作，但因为这个品牌的业务员在私人关系的维护上十分不错，他都婉拒了这些邀请。原因无他，一次他半夜偶染重病，因为是外出打工，当地没有亲朋，没办法他给业务员打了电话，这个业务员马上赶到，自己出钱带他上医院，跑上跑下为他办理住院手续，不睡觉陪他在医院里呆了一个晚上。在这个时候他看着业务员熬得通红的双眼，就下定了决心，要用自己的行动来报答这个业务员。当然，这是一个特例，但是我们的业务员如果在生活中

多为促销员考虑，多关心他们一点，为他们制定长远的发展规划，对于促销员来说，他们也是能够感觉到的，他们会这样想：与其到一个收入稍微高一点，但人情关系却冷冰的其他品牌工作，不如就在原地，钱虽然可能会少一点，因为这里有人情味。法治，就是另外一种管理促销员的方式了，通过制定各种规章制度来约束和管理促销员。例如定期培训制度，晋级制度，考勤制度，还有各种要求表格的填写。这些制度，从某种意义上来说，对提升促销员的知识和技能有很大的帮助，也能够加强对他们的管理，使他们有一种被公司重视的感觉，而且还能让他们以企业的正式员工自居，从而培养他们对品牌的忠诚度。人治还是法治？厂商对促销员的管理就分人治和法治两种，这两种都有各自的优点，在促销员的管理上都能发挥积极的作用。但是它们都有各自的缺陷，而这都是因为促销员的特性决定的。人治，因为主要是由业务员与他沟通，有可能出现促销员只认业务员而忽视品牌的现象；法治，因为促销员散漫的特性，很难认同这种规范式的管理，并抱有抵触情绪。所以，将人治和法治结合起来，以人情挽留他们，用制度约束他们，才有可能在促销员队伍的建设中起到较好的作用。而且，上文说到，促销员做促销的这份工作，最大的要求就是赚钱。别的品牌来挖促销员，他不离开，并不一定是他对你的品牌有多大的忠诚度，而是因为别人给的条件还不够。所以，我们在对促销员的管理上，不能要求你来了就要一直干下去，这不符合人力资源管理中的人才合理流动的原理。我们都知道强扭的瓜不甜的道理，他的心都不在这里了，你强留他，也只是留住他的人，而留不住他的心，消极怠工的情况也就很正常了，终端销售

必然会受到影响。笔者曾为买笔记本电脑到数码城，先看的是联想的，估计这个促销员的心已经不在他的这份工作上面了，对笔者爱理不理，笔者一生气就到联想隔壁的七喜专卖店买了。过两天到数码城闲逛，发现他已经在HP的柜台里面上班了。走了一部分老的促销员，再来一部分新的促销员，我们的管理还是要继续进行下去，不可能一劳永逸。可见，不管是人治还是法治，我们要做的就是将现有的促销员管理好，新来的促销员培训好，因为，促销员管理就是一个重复性的工作，需要长期的坚持下去。"#F8F8F8" 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com