"商超"是什么意思？

商超应该可以理解为商品超级市场，也就是集合了多种多样商品、品种齐全货源多的大市场；也可以理解为集合多个商店的大市场；但很多零售业人士就把商场、超市等平时简称为“商超”。是商场里面的超级市场，商超一般销售的商品较贵，质量也较好。因为有进场费，条码费等很多费用，而且货款结算周期长，回款慢，所以商品价格较贵；正因为押的货款较多，供应商不敢以次充好，所以质量较好。商超,就是商场、超市.市场和终端分类的标准，有客观和主观两种方法：所谓客观分类法，即以行业总体性地域分布或零售行业的单店状况为基准，不去考虑企业自身的销售情况。如在区域划分上，国内市场可分为以北京、上海、广州等城市为代表的一类市场，以杭州、苏州、青岛等城市为代表的二类市场，其他地区都被列为三类市场。而对于终端，则可依据营业面积大小和销售额高低，把终端商超分为大店、小店；也可以按销售额排列划分为A、B、C、D店。所谓主观分类法，即以企业在各区域/店的销售表现为基准，不去考虑什么市场或终端的大背景。如以绝对市场销量和相对市场份额为两个纬度，可以将企业销售的区域分为一类区域市场（高市场销量和高相对市场份额）、二类区域市场A（低市场销量和高相对市场份额）、二类区域市场B（高市场销量和低相对市场份额）以及三类区域市场（低市场销量和低相对市场份额）。相类似的，用同样的方法划分企业的终端商超，可以得到以下四类终端：A店（高市场销量和高相对市场份额）、B店（高占有率）、B店（高销售额）和C、D店。

什么是商超业务代表
酒类商超业务代表的工作流程是什么有实际经验的进50分

商超:商场、超市的简称。商超业务代表:做商超的业百务人员。主要工作范围:和商超洽谈自己产品的进入和销售、结款、售后等一系列问题。具体的有:1、进店的谈判。在说服商超采购同意进场销售后，主要要谈判的是进店费、年节费、扣点、破损的处理、帐期及结款细节以及进几个单品等几项。2、进店后的销售:主要是是度否上促销员（有的上促销员会要管理费）、促销（折扣、买赠等）、堆头及端架等的购买费用及位置的洽谈。理知货（就是让自己的产品摆在最好的位置、以最优的形象出现，这个如果有促销员由促销员完成，业务代道表进行指导和监督）。期间要及时对破损品进行调换。3、销售后货款的结算:一般在进店合同里都有签订帐期，在到期之前要准备好所需要的发票并送达商超财务科。在帐期到期之前进行提醒并力争及时收到货款。以上虽然都是具体操做的流程，但市场是变化的，不同商超的采购负责人也不一样，所以会产生不同的问题需要解决。内更具体的谈判细节这里无法一一说明，如果你遇到具体问题可以再聊。做为一个新手，需要学习的一是这些基本流程，还要学会调查市场，掌握基本的谈判技巧。如果有机会容可以互相

聊一聊。