

<<渠道动力>>

图书基本信息

书名：<<渠道动力>>

13位ISBN编号：9787109100701

10位ISBN编号：7109100707

出版时间：2005-10

出版时间：中国农业出版社

作者：刘卫华

页数：205

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<渠道动力>>

内容概要

《中国营销与策划精英论坛》集新世纪中国营销与策划经典作品之大成，是现阶段中国本土营销与策划文化的优秀教科书。

它以众多精英的丰富实践为依托，对中国营销策划的成功经验进行总结、提炼和梳理，凝集了中国营销策划精英的真知灼见，是发展中国市场经济的实战真经。

《中国营销与策划精英论坛》是中国营销与策划精英的舞台。

论坛汇集的是全新的原创作品，是中国营销策划精英在研究国情的基础上创新精神的集中体现。

它致力打造中国本土营销与策划文化体系，对中国企业营销与策划实践的发展具有重要的指导意义。

论坛所选的作品没有空洞的说教，它以大量的中国著名营销与策划个案为基础，引申出严谨的营销与策划理论、科学的方法。

论坛不故弄玄虚，它以朴素流畅的语言，把人们引入营销与策划科学的殿堂，使人们在享受中受到教益。

论坛虽是理论文集，却没有理论的呆板，它是广大营销策划人员学习中国市场经济知识、营销与策划理论的生动有趣的优秀教科书。

<<渠道动力>>

作者简介

经济学学士，工商管理硕士。
曾服务于某大型外资食品企业，历任事业部品牌经理和销售经理。
现任某知名咨询公司高级管理顾问。

实效营销专家，理论联系实际，侧重于对渠道、品牌、经销商等进行研究，是渠道经济学、渠道动力理论的倡导者。

曾在财经管理类专业杂志上发表论文百余篇，是《销售与市场》、《中国商贸》、《销售与管理》等20多家全国一级杂志期刊、报纸特邀专栏作者或特约撰稿人。

<<渠道动力>>

书籍目录

前言——打造中国本土的营销与策划文化体系第一篇 渠道战略渠道与品牌的平衡术渠道运营：从“连接”向“包围”的演进多管齐下维护市场价盘系统思考下的渠道动力体系平衡代理危机：渠道模式演进过程中的“暗礁”辅销所：通路管理的一把利器品牌化渠道：让渠道和品牌一起成长第二篇 渠道变革未来渠道变革之脉象借鉴直销：破解保健品营销困境给渠道植入执行力基因渠道一体化，抱团打天下组成“利益共同体”，共同操控区域市场一体化造就渠道价值链高效整合窜货管理：建立分销跟踪系统第三篇 经销商经销商：变革路上的合纵连横经销商的成长怪圈经销商的五大“错位”硬伤经销商如何做好产品组合？消费者导向是厂商协同的出发点用战略的眼光做经销商用企业家的战略做代理商统一企业：辅销所改造经销商第四篇 销售人员管理职务描述：高效团队速成之道如何构造绩效管理目标体系如何做好团队目标管理第五篇 营销韬略攻破渠道价盘的坚固防线一次成功的区域市场自我诊断统一公司：年关收盘连环招统一公司：闯入消费者的眼球打击区域竞争对手的原则和方法“一只瘦狗”拯救一个企业正视年底压货，冲出困境在厂商互动中策划招商方案找回渠道流转的推动力厂家如何反控盘强势终端差异化营销异在何处？淡季营销做什么？社区营销实践心得第六篇 营销方法如何用情感控制消费者的潜意识产品，营销的第一步差异化营销的三个关键消费者的感觉决定促销的方向利差失控：用过程返利弥补销量返利

媒体关注与评论

打造本土营销策划的文化体系，聚焦精英智慧结晶与实战真经！

<<渠道动力>>

编辑推荐

为了总结改革开放以来中国营销策划人研究的最新成果，推动我国21世纪营销与策划理论和实践的发展，本书是这套大型《中国营销与策划精英论坛》丛书之一，打造本土营销策划的文化体系，聚焦精英智慧结晶与实战真经。

试图为中国营销与策划精英20多年的探索树立一座丰碑，为中国数百万企业的管理人员、营销策划人员、大中专院校师生提供一套全新、实用的优秀教科书。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>