

<<经销商的新产品对策>>

图书基本信息

书名：<<经销商的新产品对策>>

13位ISBN编号：9787111236696

10位ISBN编号：7111236696

出版时间：2008-4

出版时间：机械工业出版社

作者：潘文富，黄静 著

页数：200

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>

<<经销商的新产品对策>>

内容概要

天下没有稳赚不赔的生意，接受任何一个新产品，或是进军一个新领域，都是盈利与亏损并存的。只有未雨绸缪，详细筹划，做好相关的防范工作，才能最大程度地确保自己的经营安全。

《经销商的新产品对策》以冷静的心态和理性的眼光帮助经销商正确评价各种新产品招商信息，对新产品的操作进行精心且得当的市场操作指导，并针对操作新产品时内外部所存在的各种问题，提出了有效的解决方案。

相信经销商朋友会从中获益匪浅。

<<经销商的新产品对策>>

作者简介

<<经销商的新产品对策>>

书籍目录

前言第一章理性看待新厂家、新产品1一、厂家推出新产品的目的在哪里1二、验证新产品市场空间的几个方式4三、识别招商厂家的本质6四、换一个角度来看厂家新产品的上市失利13五、理性看待新产品的样板市场23六、如何获知新产品、新厂家的信息25七、如何在糖酒会上选择新产品28八、在接新产品前需要考虑好的几个问题32九、经销商如何面对新领域的招商问题37十、新产品招商，除了力度还能有什么41十一、招商，除了产品还有什么44十二、新旧产品的渠道冲突——是新建还是利用50十三、保持清醒头脑，防备厂家洗脑54第二章新产品的经营59一、新产品如何融入到现有产品组合59二、与新厂家的合作初期63三、如何有效组织好新产品的上市培训工作67四、新品推广期间的促销人员管理73五、新品上市，面对竞争对手的打击怎么办77六、新产品投放市场后，厂家食言怎么办81七、新产品遭遇涨价怎么办85八、如何向下级分销商推荐新产品88九、利用社区活动，强化新产品的推广工作93十、强调细节，提升新产品的线下促销活动效果95十一、新品如何在大卖场做好陈列99十二、新品如何在卖场促销103十三、一次起死回生的市场开发106十四、换个角度向厂家要支持111十五、经销商如何给厂家的高层写报告115十六、是开航空公司还是建设机场119第三章新厂家、新产品之外的问题123一、如何利用新厂家来牵制现有厂家123二、新产品所不能解决的问题125三、理性看待经销商自建新品牌134四、非要自己想办法做促销吗137五、经销商在终端推广新产品的几个要点142六、代理二、三线品牌的机遇和风险规避147七、经销商如何在终端推广新品的进场计划书152八、滞销产品的商机157九、产品越来越多，利润越来越少159第四章新厂家、新产品中隐藏的危险164一、未雨绸缪，新产品的撤退计划164二、产品多就是利润多吗168三、是一个骗局设计者还是一个给予商业新机会的商人171四、新产品全区域、全渠道推进策略的危险性178五、经销商进军新领域中的风险181六、连锁加盟怎么做187七、找出隐性亏损产品191八、难道大厂家就不骗人195

<<经销商的新产品对策>>

章节摘录

第一章 理性看待新厂家、新产品 二、验证新产品产市场室间的几个方式 大多数厂家都会说自己的新产品有着广阔的市场空间，其实，绝大多数的新产品都没有那么大的市场空间，那只是厂家的宣传手段罢了。

但是，许多经销商还真的就吃这一套。

厂家说这个新产品在一个地级市一年可以轻松做到300万元的销量，经销商心里往往打个五六折，“能做个100多万元也不错啊。

”其实，一般也只能做个二三十万元的销量而已。

这就导致经销商所投入的大量资源出现浪费和占用的情况。

若是能较为准确地测算出该新产品在本地市场的真实市场空间，从而有的放矢地进行资源投入，将有效地避免出现资源浪费的情况，也可以及时决断是否承接此新产品。

那么，如何来验证某项新产品在本地的市场空间呢？有以下几个办法可供参考。

首先要明确一个前提，国内市场的区域性特色很强，每个区域的经济水平、风俗文化、消费习惯等因素各不相同，导致各地对新产品的接受度亦是高低不一，往往在A城卖得非常火爆的产品，在相隔不远的B城却死活卖不起来。

所以说，厂家的样板市场往往是靠不住的，一定要结合本地市场的实际情况，来验证这个新产品在本地市场有多大的空间。

(1) 类似产品的当前市场销量。

这是最简单的一个检测方法，真正意义上的全新产品其实很少，绝大多数的新产品都是在现有产品的基础上改良、升级而来的，或者干脆只是换个牌子改个包装。

调查了解一下相关的类似产品在本地的销售状况，或者调查一下类似产品在本地市场上的历次出现过的状况和销售状况，也能将这个市场空间查个大概。

<<经销商的新产品对策>>

编辑推荐

面对变幻莫测的市场，面对层出不穷的问题，经销商该如何处理？
书中自有答案！

本书作者以冷静的心态和理性的眼光帮助经销商正确评价各种新产品招商信息，对新产品的操作进行精心且得当的市场操作指导，并针对操作新产品时内外部所存在的各种问题，提出了有效的解决方案

。本书对经销商工作中的常见问题进行了深入的探讨，内容平实易懂，案例真实，文笔风趣，具有很强的可读性和可操作性。

新产品越接越多，成活率却越来越低，原因何在？
厂家、经销商老板、业务人员；三方不同的理解方式，决定新产品是否成为新的利润！

<<经销商的新产品对策>>

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>