

<<渠道管理的第一本书>>

图书基本信息

书名：<<渠道管理的第一本书>>

13位ISBN编号：9787111415565

10位ISBN编号：7111415566

出版时间：2013-3

出版时间：机械工业出版社

作者：（美）琳达·哥乔斯,爱德华·马里恩,查克·韦斯特

译者：徐礼德,侯金刚

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>

<<渠道管理的第一本书>>

前言

<<渠道管理的第一本书>>

内容概要

渠道的不断细分、新技术的影响，以及在大型的渠道合作伙伴与传统的较小规模的区域运营商之间取得平衡，面对诸如此类的问题，即使拥有优秀的产品、强势的营销推广和合理的价格，如果不给予渠道战略足够重视的话，企业的市场份额仍然会下降。

渠道管理绝不仅仅是简单的运送和接收货物。

渠道管理是企业的生命线，也是企业取得短期和长期成功的关键所在。

对于制定分销策略或实施决策的人员，都会从本书所阐述的具体系统构架中有所收获。

<<渠道管理的第一本书>>

作者简介

<<渠道管理的第一本书>>

书籍目录

The Manager's Guide to Distribution Channels 前言 第一部分 渠道结构概述 第1章 理解分销渠道 3 战略匹配 4 管理问题 13 渠道重构的各阶段 18 本章重点 19 第2章 渠道战略的影响因素 21 渠道战略是企业整体战略的一部分 22 影响渠道战略的外部因素 25 影响渠道战略的内部因素 33 本章重点 40 第3章 供应链管理 42 满足供应链交易合作伙伴的需求 42 供应链核心流程 49 本章重点 49 第4章 法律问题和经销商合同 51 专业术语 52 营销策略的法律层面 53 书面合同 57 本章重点 60 第二部分 战略决策 第5章 明确客户需求 65 企业管理人员的产品路线图 65 定义渠道和业务覆盖的需求 66 开发渠道设计 75 选择合适的渠道伙伴 77 建立相互的绩效预期 78 提高渠道效率 79 监控绩效并调整计划 79 本章重点 82 第6章 渠道设计 84 回顾渠道目标 85 革新现有渠道 87 多渠道管理 90 建立混合渠道 92 本章重点 95 第7章 国际渠道设计 97 瞄准世界市场 97 评估不同的国际渠道结构 99 选择正确的渠道伙伴 101 管理渠道 106 本章重点 107 第8章 选择合适的渠道伙伴 109 搜索方法 110 评估你的候选渠道 113 招募并签约最好的候选者 115 本章重点 118 第三部分 建立与经销商的关系 第9章 了解经销商的世界：对供应商的启示 123 经销商的定义 123 制造商的影响 124 变革的力量 125 制造商和经销商的区别 127 经销商运营的改变 130 制造商与经销商关系的改变 131 对制造商的战略启示 132 本章重点 134 第10章 建立共同的销售绩效预期 135 传统上对角色的预期 135 制造商的商业计划 137 经销商计划 139 经销商特征档案 143 经销商如何评估制造商 146 渗透指数 146 本章重点 147 第11章 提高渠道效能 149 提高渠道效能的六要素 150 对经销商的销售 150 选取产品拥护者或者产品线专家 154 培训你的产品线专家 157 经销商的销售培训 170 运用促销和广告 176 扮演企业顾问的角色 180 本章重点 181 第12章 绩效监控与规划调整 182 绩效监控 182 调整 194 本章重点 195 关于作者 197

<<渠道管理的第一本书>>

编辑推荐

《渠道管理的第一本书》编辑推荐：重构渠道战略、倍增销售绩效。

望提高渠道的效率？

更好地将产品或服务提供给终端客户？

《渠道管理的第一本书》从渠道和供应链的管理原则两方面给经理人提供了切实的建议，帮助他们获得更多效益。

《渠道管理的第一本书》具有很强的实用性，解决诸如下面的问题：将渠道进行细分；更新现有渠道，管理多个渠道，或建立混合型渠道；选择适合的渠道合作伙伴；产品进入分销渠道并流动通畅的销售方法；《渠道管理的第一本书》还提供大量的模板、图表和工作表，以及关于如何改善渠道培训项目并在经销商中建立有效的产品拥护者的建议。

<<渠道管理的第一本书>>

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>