第一图书网, tushu007.com

<<系统的力量>>

图书基本信息

书名：<<系统的力量>>

13位ISBN编号：9787213042287

10位ISBN编号：7213042289

出版时间：2010-2

出版时间：浙江人民出版社

作者：周剑东

页数：294

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

前言

10年温州鞋业经历，目睹了温州鞋品牌的起步、成长和壮大的全过程。
置身其中，曾为企业品牌运作殚精竭虑，也曾挂帅操盘，为区域分公司战略运作披荆斩棘。
在接手杰豪公司温州区域负责人时，在运作温州本土一些女革鞋品牌时，以及此后担任休闲鞋、女革鞋、童鞋、布鞋以及服装等众多企业的品牌咨询顾问时，丰富的经历收获了丰厚的品牌运作经验。
如今回过头来梳理一番，心中便生出了一种欲望，而且随着时间的推移，这种欲望越来越强烈，那就是把这些年来积累的一些实战经验搜集整理到一起，没想到，一下笔竟然有十几万字之多。
众多朋友和同事便纷纷“ 撺掇 ”、“ 劝说 ”，支持我将其编写成书，为鞋业同仁作一点奉献。
这就是本书的成书过程。
没有华丽的辞藻，也没有深奥的理论，一切以实战、实用为基点，以分公司品牌化运作为切入点，这是本书的最大特色。
在国内鞋业终端战场上搏杀的经销商不计其数，仅温州鞋大军就数以十万计。
如今，代理商运营面临着高成本、高投入、低回报、三角债等状况，市场拓展高不成低不就，导致专卖店难开、商场难进、好客户难找、商品组合欠缺等，无法充分满足零售渠道消费者的需求，产品与渠道面临选择困惑，在自己的渠道和商品的组合对接面临选择的困惑时片面地选择了部分自己所谓好的商品，往往导致了商品和渠道的不对路而出现滞销、零售单店租金高、零售额低、商品流行快、订单跟货慢难、零售点退货严重、分公司库存大、分公司运作实行粗放型管理、家族化经营等一系列问题。
那么，作为代理商该如何进行突破和提升呢？
其实，鞋业终端市场正在由批发向品牌专卖转型，过去的老经验、老方法慢慢不管用了，作为各区域总代理，也在探索新的转型之路、新的突破之路。
本书恰恰是介绍代理商如何公司化运作的系统手册，教会各总代理如何运用科学有效的方法，促使自己跟上形势，超越对手。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

分公司或者说总代理，是每一个品牌的支柱，它上游维系着企业，下游维系着经销商，这种中间纽带作用发挥得如何，直接影响到一个品牌在该区域的发展。
但是，很多代理商往往存在订单跟货慢难、零售点退货严重、分公司库存大、分公司运作实行粗放型管理和家族化经营等一系列问题。
那么，作为代理商又该如何进行突破和提升呢7实现分公司品牌化运作乃大势所趋。
　　本书作者凭借多年来担任休闲鞋、女革鞋、童鞋、布鞋以及服装等众多企业的品牌咨询顾问的丰富的品牌运作经验，站在民营企业整体发展的角度，将分公司运作管理的方法与工具和盘托出，系统介绍了代理商公司化运作的实战知识，使行业内原本隐秘、零散的运营体系变得清晰可见，变得更具可操作性，从而推动了代理商分销体系向规范化、标准化、流程化的转变，教会各总代理如何运用科学有效的方法，成功地向品牌零售商转型。
书中具体提到的各种管理模型与工具，代理商皆可灵活地分阶段进行实践，以有力地完善和促进企业内在的管理体系与团队建设。
　　本书没有华丽的词藻，没有深奥的理论，一切以实战、实用为基点，以分公司品牌化运作为切入点，这是最大特色。
　　内容实际，可操作性强，特别是对代理商从批发模式过渡到品牌零售模式，提供了一套非常宝贵的系统管理运作方法。
　　代理商做强做大的实战宝典、区域经理驾轻就熟的工作指南、新手入门的最佳教材！

作者简介

周剑东，鼎力品牌管理咨询机构总经理。

鞋购连锁有限公司董事长。

《鞋世界导刊》、《商情通路》顾问。

上海淇奥零售商学院客座教授。

办过鞋厂。

开过专卖店。

主导过多个名牌鞋品的市场营销工作。

精于将人力资源以及供应商、零售商、经销商的资源进行整合。

擅长零售专卖管理和品牌公司化系统运作。

热衷于品牌运作的辅导和咨询。

真皮、PU革女鞋、休闲鞋、童鞋、布鞋等诸多品牌企业的咨询顾问和培训讲师。

拥有实际操作和理论水平的营销专家。

书籍目录

推荐序虔诚奉献谱佳作自序引言第1章 分公司经理第2章 市场中　2.1 市场中心经理　2.2 片区经理　2.3 营销员第3章 专卖中心　3.1 经理　3.2 专卖督导　3.3 营销内勤　3.4 专卖店店长　3.5 值日店长　3.6 专卖店导购员　3.7 专卖店收银员　3.8 专卖店售后服务管理第4章 财务中心　4.1 会计　4.2 出纳第5章 物流中心　5.1 物流经理　5.2 计划订单员　5.3 物流信息员　5.4 礼品保管员　5.5 售后修理员　5.6 物流开单员　5.7 仓库员　5.8 配送司机第6章 分公司相关制度和辅助资料后记

章节摘录

插图：（一）片区经理的工作目的及作用1.增强零售商、导购员对公司及产品的信心，全身心投入品牌分公司的营销工作。
2.通过专卖终端，使公司形象、产品形象以最佳的姿态展现在消费者的面前。
3.提高代理商、导购员的忠诚度，及时反馈市场各种信息，成为公司的神经末梢。
4.通过自营店，培养、储备导购及管理人才。
（二）片区经理的工作职责1.根据年度营销方案，对代理商、自营店的年销售额进行计划落实分配：定期、不定期到片区专卖店巡访，认真填写《专卖店日常考核表》，认真做好各项实地指导工作，协助专卖店提高导购服务水平、店堂布置水准、促销执行能力、库存管理水平、产品陈列技巧等，改进专卖店的经营管理水平。
2.负责与各自营店店长、各代理商的协调配合工作，在片区性新闻炒作、促销活动及广告发布等方面快速反应，积极参与。
3.负责对区域自营店、代理店的网络规划、专卖形象、现场控制、库存结构、日常销售等进行建设管理。
4.重点协抓培训工作，与培训师共同做好代理商、店长、导购员的培训工作。
5.搜集、整理区域内的产品信息、市场信息及竞争对手的动态，并及时反映给办事处及营销公司。
6.及时向主管汇报本周、本月工作总结并提出下周、下月行动计划。

第一图书网, tushu007.com

后记

品牌，顾名思义：品优，牌响。
鞋行业分公司品牌化运作乃大势所趋，总代理从批发到品牌零售的转身，有的人华丽，有的人却迷茫。
但成功的往往是少数。
读到这里，相信大家会感觉到这只是一本工具书，没有太多华丽的辞藻，没有过多实战的案例可循。
诚然，不论什么游戏都有规则，如果连规则都摸不透，连运作系统都未曾具备，必然要多走弯路，多缴学费。
而市场的学费有时候往往是高得惊人，很多时候甚至是缴了学费还不知道所以然。
写完本书，就有很多朋友建议我再接再厉，结合市场实际，把鞋业品牌营运三部曲的零售店、区域分公司、总部运营的管理系统进行整理，让整个运营的条条框框变成系统知识。
正是出于好友们的这个建议，目前，我也在紧张准备下～本专著，将理论结合实际，纵论市场风云，让读者朋友领略品牌公司化运作的全貌。
成功学认为任何事情要实现需要具备四个要素：一是明确的目标，二是积极的心态，三是有效的时间管理，四是知行合一。
具体联系我们鞋业界的各省市总代理，分公司品牌化运作就是我们的目标，赢利、赢利、再赢利就是我们的心态，尽快实现品牌化布局而敦促自己不断学习、不断实践则是第三点的要求，最后一点也是最难做到的，就是要将本书中读到的，你认为有用的东西把它变成行动，变成市场果实。
我相信也期待，每一个品牌的每一位分公司负责人都会取得成功。

媒体关注与评论

本书就像是一本解密的营销档案，将品牌系统运作的管理方法与工具，贡献给了整个行业。
相信它将会加速品牌的公司化管理进度，对提升整个行业的管理水平将起到良好的推动作用。
——浙江大自然鞋业卓诗尼品牌董事长 吴显义本书是代理商做强做大的实战宝典、区域经理驾轻就熟的工作指南、新手入门的最佳教材！ ——温州首届十大职业经理人、奥康集团红火鸟品牌事业部总经理 周威如果你的企业想进步更快，如果你遇到了突破的“瓶颈”，本书将对你有很大的实用价值。
——上海飙马企业管理咨询有限公司首席咨询师 陈伟文本书内容实际，可操作性强，特别是对代理商从批发模式过渡到品牌零售模式，提供了一套非常宝贵的系统管理运作方法。
——红蜻蜓集团营销常务副总裁 陈锋无私的奉献，真诚的分享。
本书包含了作者数十年鞋行业品牌运作的智慧与结晶，虔诚提供了行业内分公司系统运作管理的方法与工具。
——《鞋世界导刊》主力传媒董事长 范玉杰

编辑推荐

《系统的力量:从代理批发到品牌零售的成功之路(零售区域经理工作指南代理商管理实战宝典)》：以内需拉动经济的市场环境，代理商该如何进行突破？
零售为王的时代，代理商如何实行品牌公司化运作?代理批发模式下的粗放型管理和家族式经营怎么样才能提升为品牌零售精细化管理？

第一图书网, tushu007.com

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