

<<代理加盟商十项全能训练>>

图书基本信息

书名：<<代理加盟商十项全能训练>>

13位ISBN编号：9787301097113

10位ISBN编号：7301097115

出版时间：2006-1

出版时间：北京大学出版社

作者：肖建中

页数：311

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>

<<代理加盟商十项全能训练>>

前言

本丛书能够顺利出版，得到了各界人士的鼎力支持。

. 首先，本丛书在撰写的过程中，得到了我的好朋友北京师范大学国际特许经营学院刘文献院长、王学思副院长、侯吉健教授，北京大学出版社副社长张文定老师、经管部主任林君秀老师、策划编辑张静波老师，博雅光华公司的文钊老师、胡圣云老师等大力支持与指导，谨向他们表示最真挚的感谢！同时还要感谢张果宁、王炳强、龚振波、陈忠伟、李姗姗、范利新、彭春芳、汤艾菲、黄继业、刘少芝、林丽梅、何丽秋、叶艺明、张雄、邓熙、李依军、叶伟驱、林月好、黄细娥、彭先博等好朋友的协助，以及给予这套丛书帮助的所有人。

.. 本书作者在撰写过程中参考与引用了国内外相关资料，在..

<<代理加盟商十项全能训练>>

内容概要

本书由著名培训专家肖建中先生所著,是我国第一本针对代理加盟商的实用图书。

本书从代理加盟商自我修炼的角度出发,提炼出十项技能:挑选行业与品牌、厂商合作关系、货品管理、终端维护、促销推广、打造团队、拓展招商、渠道管理、领导艺术等。

文中附有大量富于启发的案例,语言和版式生动活泼,可操作性极强。

作为中国第一本代理加盟商专业图书,本书具有“大量富于启发性的案例+可直接模仿的实战技巧+完备的管理操作流程”等核心特点,“简洁的语言+活泼的版式”带给你寓学于乐的阅读快感。

本书从专业的角度将代理加盟商的基本功、必备技能和卓越提升三大内容,系统地归纳为代理加盟商必备的“十项全能”。

这些内容既是加盟商自学提升的实用宝典,也是企业对其进行培训辅导的不可多得的教练指南。

<<代理加盟商十项全能训练>>

作者简介

肖建中，又名肖晓春，北京师范大学国际特许经营学院教授、培训中心主任，FDS世界特许经营发展组织高级顾问，清华大学特许经营总裁研修班等授课老师，著名营销教练、实战培训专家。

倡导教练式实战培训新模式，主持过数十家企业内训、公开培训与顾问项目，服务过的企业有中国移动、惠普、百事、金利来、乐百氏、流行美、快可立、乔士集团等。

主要著作有《王牌店长——经理十项全能训练》、《销售人员十项全能训练》、《服务人员十项全能训练》、《导购营业员十项全能训练》、《连锁加盟创业指南》、《成功构建特许经营体系》等。

<<代理加盟商十项全能训练>>

书籍目录

第一部分 代理加盟商基本功 第一章 自我诊断：做卓越的新型代理商 认清目前的生存环境：危机进行时 准确定位，打造核心竞争力 修炼“内功”完善自我 在自我提升中迈向正规化
第二章 挑对行业选对牌：正确选择代理对象 明确自己的代理需求 选择理想的代理行业 找准钟爱的代理品牌 三大方面了解合作伙伴 确定与厂家的代理关系 第三章 合作共赢：厂商互动学问大 代理商如何与厂家合作 巧妙谈判，争取主动 积极寻求厂家支援 如何防止厂家过河拆桥 如何获得厂家忠诚第二部分 代理加盟商必备技能 第四章 货品管理：财源滚滚的秘诀 科学进货有诀窍 存货控制，规划安全库存量 盘点管理：账实应相符 损耗控制面面俱到 合理化的物流配送服务 第五章 终端维护：打造属于自己的一亩三分地 与终端建立良好的关系 零售终端的形象维护 产品生动化陈列 终端导购的培训与管理 销售服务与投诉处理 第六章 促销推广：让商品由热卖到畅销 促销：重在策划与设计 惊喜连连的新产品促销 竞争促销，技高一筹 五彩缤纷的节假日促销 库存促销：你赢我赢大家赢 第七章 团队建设：打造强力营销队伍第三部分 代理加盟商卓越提升

<<代理加盟商十项全能训练>>

章节摘录

书摘1. 市场逐渐成熟化压力 无论哪个行业, 其市场成熟化都有这样两个特征: 品牌集中化和产品市场份额集中化。

这就意味着市场的控制权也正不断向强势的生产商和终端商集中, 由此必然导致一些弱势生产商或终端商淡出市场, 而依赖于或服务于他们的代理商也必然有着类似的结果。

同时, 这种集中也可以理解为一种“规模优势”, 生存在夹缝中的代理商正在成为一个弱势群体。

2. 经营利润率下滑压力 因市场过度竞争或终端商通道费的出现而导致经销商的营销成本和费用(通道费、促销费等)不断上升, 本来主要以供销差价、返利等为生存空间的经销商遭遇利润寡薄的考验, 尤其在大卖场一哄而起、价格战主流化的情况下。

在很多情况下, 生产商也无法完全左右市场局势, 包括价格这个对于经销商、生产商来说最敏感的市场要素。

3. 市场终端大型化压力 综合性大卖场和专业性超级终端不断出现, 单店规模与连锁经营规模不断扩大, 随之而来的终端商大批量采购模式对经销商产生了巨大压力。

这种现象的出现, 不但在某些品种上跨越了代理商而让其“断炊”, 还获得了连代理商都无法得到的价格优势, 严重地影响甚至淘汰了传统经营业态(如百货店), 这些传统业态的终端商恰好是代理商的下线客户。

4. 新型厂商合作模式压力 随着终端商的连锁化、大型化, 这种渠道的网络布局优势、规模优势、业态优势、经营理念优势吸引了很多生产商, 使终端商具备了直接对话生产商的话语权, 并且使面对面谈判并合作成为现实。

此外, 这一趋势催生了很多新的合作模式, 诸如买断经营、包销、订制、ODM、OEM等, 无论在产品资源上还是价格上都拥有了代理商无法企及的优势。

5. 向客户提供综合服务压力 生产商已经认识到“整合”这个概念的深刻含义, 市场需要复合型代理商, 对于“复合型”则可以理解为“营销”与“服务”职能的整合。

6. 生产商通路变革压力 生产商根据市场形势变化, 不断变换着渠道阵法, 但其核心为渠道扁平化, 向扁平化要利润、向扁平化要效率、向扁平化要竞争优势。

这使一些代理商被断了“炊”, 包括国外产品的中国代理商在内。

国外厂商正在通过设立分支机构或采取多家分销方式不断加以调整, 总代理商往往成为产品进入中国市场的“跳板”。

P6-7

<<代理加盟商十项全能训练>>

编辑推荐

《代理加盟商十项全能训练》凝聚十年连锁经营实战精华，打造厂商共赢的超级代理加盟商！

这是改变中国企业渠道格局的一本书。

代理加盟商如何从优秀到卓越？

本书为你打造全盘策略！

作者创造性地将代理加盟商的基本功、必备技能和卓越提升三大内容，系统地归纳为代理加盟商必备的“十项全能”，学会了这些技能，你的代理加盟商之路将走得更加成功！

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>