

<<分销渠道管理>>

图书基本信息

书名：<<分销渠道管理>>

13位ISBN编号：9787302157274

10位ISBN编号：7302157278

出版时间：2007-7

出版时间：清华大学

作者：李先国

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>

<<分销渠道管理>>

内容概要

本教材是教育部普通高等教育“十一五”国家级规划教材。

本书构建了全新的分销渠道管理理论框架体系，全面系统地阐述了分销渠道管理的理论与实务。

全书分4篇：第1篇制定渠道规划。

包括认识分销渠道、渠道战略、渠道政策、渠道流程。

第2篇设计渠道体系。

包括渠道设计的原则与流程、设计渠道层次、建立渠道模式、选择渠道成员。

第3篇选择渠道类型。

包括经销与销售代理、连锁与特许经营、直复营销、国际分销。

第4篇管理渠道成员。

包括激励渠道成员、评估渠道绩效、化解渠道冲突和渠道整合。

配有教师教学使用课件及教学案例。

本书是市场营销专业学生、MBA、渠道经理、营销部经理、市场部经理、企业中高层管理人士及对渠道管理有兴趣的有识之士的理想读物和企业营销人员的专业培训教材。

<<分销渠道管理>>

作者简介

李先国，湖南长沙人，管理学博士，中国人民大学商学院副教授，《市场营销》杂志主编。主要从事市场营销理论、分销渠道管理、销售管理、客户关系管理等方面的研究。

已出版《市场营销学》（主编，中国财政经济出版社，2005）、《销售管理教程》（主编，北京大学出版社，2005）

<<分销渠道管理>>

书籍目录

第1篇 制定渠道规划 第1章 认识分销渠道 1.1 分销渠道的特点与演变 1.2 分销渠道的功能
1.3 渠道参与者 1.4 影响渠道的环境 第2章 渠道战略 2.1 渠道战略的含义与重要性
2.2 制定渠道战略的流程 2.3 渠道战略与市场营销战略 2.4 可选的渠道战略 第3章 渠道政
策 3.1 基本渠道政策 3.2 销售价格政策 3.3 产品线经销政策 3.4 渠道一体化政策
第4章 渠道流程 4.1 渠道流程的种类 4.2 物流 4.3 资金流 4.4 信息流第2篇 设计渠道
体系 第5章 渠道设计的原则与流程 5.1 渠道设计的原则 5.2 渠道设计的流程 第6章 设计
渠道层次 6.1 设计渠道长度 6.2 设计渠道宽度 6.3 设计渠道广度 第7章 建立渠道模式
7.1 渠道模式类型 7.2 传统分销渠道模式 7.3 垂直分销渠道模式 7.4 水平分销渠道模式
第8章 选择渠道成员 8.1 选择渠道成员的步骤 8.2 选择渠道成员的标准 8.3 确保渠道成员
的稳定性第3篇 选择渠道类型 第9章 经销与销售代理 9.1 经销 9.2 销售代理 第10章 连
锁与特许经营 10.1 连锁经营 10.2 特许经营 第11章 直复营销 11.1 直复营销的类型 11.2 网
络营销 第12章 国际分销 12.1 分销渠道国际化 12.2 国际分销渠道选择 12.3 OEM第4篇 管理
渠道成员 第13章 激励渠道成员 13.1 直接激励与间接激励 13.2 实施关系营销 第14章 评
估渠道绩效 第15章 化解渠道冲突 第16章 渠道整合参考文献

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>