

<<渠道无疆-结构化与营销速度>>

图书基本信息

书名：<<渠道无疆-结构化与营销速度>>

13位ISBN编号：9787501757428

10位ISBN编号：7501757429

出版时间：2003-01

出版时间：中国经济出版社

作者：杨东龙,宝利嘉

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>

## <<渠道无疆-结构化与营销速度>>

### 内容概要

你完全可以相信，营销渠道无处不在！

企业市场竞争的成败，往往取决于其速度。

而赢得速度的关键环节，就是要尽量缩短产品和服务到达客户的时间。

如何提高分销渠道的速度和效率，是摆在企业营销部门面前的一个现实课题。

长期以来，国内企业大都不重视渠道的建设。

要么急功近利、竭泽而渔；要么懈怠疏忽、管理乏力。

因此，对每个营销经理人而言，无不急切期盼能有一套渠道建设管理指南以使其获得策略上的指导。

而本书则涵盖了营销渠道的建设、管理、控制、评估以及渠道成员的选择、激励、关系协调、冲突解决等诸多方面的内容，围绕“渠道无处不在”这一主线，为读者提供了一整套结构化的渠道建设与优化方案。

同时书中引用了大量直面市场现状、贴近我国现实的渠道案例，力求使读者获得更为生动、形象、具体和直观的知识。

全书本着简洁、精当、实用的原则，选材独到、体例活泼新颖，在表述上深入浅出、引人入胜，特别适合摆在从事营销实战的经理人案头。

当然，对一般经营人员、营销理论研究者以及高校相关专业的师生，也极富启发价值。

## <<渠道无疆-结构化与营销速度>>

### 作者简介

宝利嘉顾问：作为《宝利嘉文库》的编撰者，始终扎根于中国市场，多年来致力于本土化管理类知识产品的研发和运营，具有深厚的顾问及培训经验，同时在经管类图书的出版上也成就斐然。团队在宝利嘉顾问公司首席顾问杨东龙先生的指导和统率下，本着专业化、前瞻性、实用性的原则，正在开创一条中西结合的管理之路。

<<渠道无疆-结构化与营销速度>>

书籍目录

前言 都是渠道惹的祸?

第1章 渠道挑战面面观

一、谁动了我的渠道3

修渠之道:成也渠道,败也渠道4

二、鲜花铺路,杂草丛生:渠道的现状7

修渠之道:举步维艰的渠道现状12

三、亟待更新的渠道观念13

四、迎接“新分销时代”的到来18

修渠之道:渠道革命静悄悄23

第2章 黄金通道探秘:认识渠道的本质

一、营销渠道的功能29

二、营销渠道的流程33

修渠之道:手机销售渠道的现状37

三、营销渠道的结构40

修渠之道:烽火网络公司的渠道结构46

四、可供选择的渠道模式48

修渠之道:佳都国际集团的渠道模式57

第3章 营销渠道的构成要素

一、批发商61

修渠之道:取消中间商?

64

修渠之道:批发商的终端攻略69

二、零售商71

修渠之道:主要零售商的类型73

修渠之道:入世后我国零售业将受到的挑战 76

三、制造商与消费者77

修渠之道:沃尔玛的成功之路82

第4章 渠道治理的战略与结构

一、渠道战略概说87

修渠之道:构筑核心能力,发挥渠道的战略价值89

二、营销渠道战略的制定过程92

修渠之道:顺时应变,积极调整渠道战略 97

三、渠道战略执行的决定因素 渠道力99

修渠之道:培育第三种力量104

第5章 因势利导,水到渠成:渠道的设计

一、营销渠道设计的原则和目标111

二、影响渠道设计的因素117

修渠之道:渠道设计的SWOT分析121

三、渠道设计的程序125

修渠之道:华为平稳构建渠道网络129

四、分销渠道设计方法139

修渠之道:渠道不妨倒着做143

第6章 渠道成员的选择、管理与激励

一、如何选择渠道成员149

修渠之道:选择能“无缝对接”的渠道成员158

<<渠道无疆-结构化与营销速度>>

- 二、渠道的管理和控制159
- 修渠之道:康师傅的“通路精耕”164
- 三、渠道成员的激励167
- 修渠之道:渠道激励的基本套路173
- 第7章 渠道的优化与整合
- 一、渠道问题的诊断177
- 修渠之道:渠道商评估制度示例181
- 二、营销渠道的绩效评估与改进183
- 修渠之道:渠道成本 未雨绸缪186
- 三、渠道的优化与整合192
- 修渠之道:营销渠道调整的方式194
- 修渠之道:我国IT业的渠道整合之路196
- 第8章 渠道冲突管理
- 一、冲突概谈201
- 修渠之道:设计良性冲突、化解恶性冲突 206
- 二、渠道冲突的原因以及表现形式207
- 修渠之道:透视现代通路的合作障碍210
- 三、管理渠道冲突的技巧和策略217
- 四、渠道冲突解决实例 窜货的治理221
- 修渠之道:处理窜货的一个实例226
- 第9章 渠道关系的协调与改善
- 一、关系型营销渠道的建构231
- 修渠之道:联想的关系营销233
- 二、来之不易的渠道忠诚与信任242
- 修渠之道:长虹彩电为何遭拒售247
- 三、渠道关系的协调与改善249
- 修渠之道:成功的渠道关系管理251
- 第10章 渠道实战之一:直销与传销
- 一、直销的含义与特征257
- 修渠之道:直销:戴尔的营销利器260
- 二、直销的方式与手段263
- 修渠之道:雅芳成功的奥秘269
- 三、直销与传销的比较270
- 修渠之道:安利之路273
- 四、多层次直接营销 为传销正名276
- 修渠之道:企业设立传销型渠道的法律规范281
- 第11章 渠道实战之二:一体化分销与渠道组合
- 一、渠道战略组合概说285
- 修渠之道:惠普渠道组合新规则289
- 二、一体化分销组合简介293
- 修渠之道:一体化与立体化互动的实现297
- 三、一体化分销的实现299
- 修渠之道:广种精耕、组合制胜303
- 第12章 渠道实战之三:网络革命带来的渠道创新
- 一、当前分销渠道所面临的环境挑战307
- 二、渠道结构调整变革的方向311
- 修渠之道:如何压扁渠道313

<<渠道无疆-结构化与营销速度>>

三、网络营销所带来的渠道变革316

修渠之道:因特网引发渠道冲突317

修渠之道:网上推销导致传统推销员之死323

四、网络时代的新型中间商325

五、网络渠道实战329

修渠之道:设计互联网上新型分销渠道管理系统331

结语 分销有术,渠道无疆

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>