

<<渠道手册>>

图书基本信息

书名：<<渠道手册>>

13位ISBN编号：9787506431422

10位ISBN编号：7506431424

出版时间：2005-1

出版时间：中国纺织出版社

作者：侯忠义 编

页数：296

字数：360000

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>

<<渠道手册>>

内容概要

。

<<渠道手册>>

作者简介

侯忠义，本书主编，著名经济管理类图书撰稿人，财经类图书课题主持人、企业咨询专家和渠道管理专家，曾长期担任外企OEO。

出版了《经理人MBA强化教程》书系、《绩效管理方法》书系、《企业国际化管理》丛书、《中小企业效能化营销》等50余部图书。

其中《渠道危机》一书在业

<<渠道手册>>

书籍目录

上篇 渠道战略 第一章 了解渠道的定位战略 渠道定位也需要时机 目标影响要素详解 抓住利润的生命周期 渠道模式设计 第二章 构建伙伴型的渠道关系战略 开一个双赢的处方 引爆渠道伙伴的生产力 伙伴型火系链实战操典 第三章 渠道的库存管理战略 库存冰山 优化尔的库存 逼近零库存 科学计算补货量 第四章 渠道的账款管理战略 账款管理：市场开发的第一课 不良账款，大部分根源在自己 不良账款如何吞噬销售额 不良应收账款的防范 追讨账款的策略 第五章 渠道的信用管理战略 信用管理的实质 影响企业的信用管理水平的两大要素 做好企业自身的信用管理 对客户资信的管理 对内部授信的管理 确定信用的标准和等级 渠道信用风险的控制..... 第六章 渠道的人力资源管理战略 第七章 渠道的市场运营管理战略 第八章 渠道的发展战略中篇 渠道的诊断 第一章 赊销是把双刃剑 第二章 窜货：让人欢喜让人忧 第三章 经销商跳槽：风险和费用都会增加 第四章 让人爱恨不得的大客户 第五章 终端：关键的临门一脚 第六章 渠道成员的选择：不求最大的，只求最好的 第七章 如何套牢经销商 第八章 遭遇渠道冲突时，化干戈为王帛下篇 渠道文本 第一章 渠道客理文案范本 第二章 渠道战略基础文本参考书目

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>