

<<经销商区域招商>>

图书基本信息

书名：<<经销商区域招商>>

13位ISBN编号：9787802341128

10位ISBN编号：7802341124

出版时间：2008-1

出版时间：中国发展出版社

作者：陈勇

页数：195

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>

<<经销商区域招商>>

内容概要

本书以经销商策划和实施一场招商会为主线，把招商会分为招商策划、招商运筹、招商筹备、招商运作、招商促进五个阶段，五个步骤环环相扣，从实战的角度出发，把招商会组织实施的每一个环节都作了详尽的描述，经销商朋友参考本书可以直接组织实施一场有效的招商会。

经销商招商的实际操作流程是本书介绍的重点内容，本书将用较大的篇幅对这部分内容加以详细的讲述，尽可能把招商过程中的每一个细节都介绍、分析到位，使经销能够依照本书并结合自身实际，就能按部就班地进行招商操作，以降低招商的风险，增加招商成功的机会。

完善的招商策划、严密的组织运筹和精心的筹备、招商会现场的精确控制以及招商会后的跟进服务的执行到位，相信招商会都会有收获。

但是，良好的招商技巧也仅仅是成功的开始，最终决定招商效果的还是经销商的诚信、实力以及政策的执行到位，如果没有这些作为保障，招商会的繁荣也只能是昙花一现。

<<经销商区域招商>>

作者简介

陈勇先生，毕业于河北工业大学，工商管理硕士。
曾任职于鲁能泰山集团、北京某顾问公司，在十余年的工作实践中积累了丰富的企业管理经验，曾经为多家企业进行过咨询和诊断服务，尤为擅长于企业组织结构和市场运作等。

<<经销商区域招商>>

书籍目录

第一章 经销商如何进行招商 第一节 经销商招商现状 目前的招商现状 经销商招商的困境
第二节 经销商的招商方式 经销商招商的四种有效的方式 经销商招商会的几个阶段 第三
节 招商应具备的基础条件 应在什么情况下招商 招商应该说什么 招商应特别准备什么
采用何种模式招商第二章 未雨绸缪——招商会策划 第一节 确立招商的目标 明确招商目标
招商资源的盘整和自我定位 第二节 有效圈定招商会目标客户 确定适合自己的目标招商群
认识你的加盟商 制定加盟商选择标准 第三节 组建精锐的招商团队 招商团队的组建
招商团队的培训 第四节 策划招商会主题 进行有效的市场调查 挖掘核心招商卖点 确
定招商会主题 第五节 拟订招商会方案 加盟商招募的要点 深度招商的五个转变 招商方
案的常见问题及对策 招商会方案的拟订 招商会会议进程 易出现问题的环节及应急措施
招商会结束第三章 运筹帷幄——招商会运筹 第一节 准确发布招商信息 通过业务员走访发
布招商信息 通过招商广告发布招商信息 通过媒体文章吸引加盟商 通过行业协会寻找加盟
商 第二节 招商会会场准备及费用预算 招商会会场选择标准 招商会住宿安排 招商会就
餐标准 费用预算量力而行 第四节 招商会接待礼仪 迎客的礼仪 言谈的礼仪 演讲的
礼仪 电话联络的礼仪 会谈的礼仪第四章 事无巨细——招商会筹备第五章 有条不紊——招
商会运作第六章 锁定胜局——招商会跟进第七章 经典招商案例

<<经销商区域招商>>

章节摘录

第一节 经销商招商现状 目前的招商现状 招商作为一种最具中国特色的营销手段，已悄悄改变了无数中国企业命运。

因为招商能快速回笼资金、组建渠道以及形成借用的关系，招商已成为众多企业青睐的香饽饽。很多招商会为企业创造销售奇迹亦下了汗马功劳。

事实上，招商是基于资源整合的目的，利用加盟商在当地市场的资金和网络资源，实现产品销售，其优势是通路建设速度快，加快了产品市场渗透速度，争取竞争机会，同时销售网络的建设和维护成本相对较低。

经销商作为品牌企业的“省长”、“市长”，独立负责一个省、市或几个省、市区域的加盟商招募和管理工作，因此做好区域内的招商，扩大自己的实力和规模，也就成了经销商工作的重中之重。对于很多品牌特别是新进入市场的品牌经销商来说，招商也是打开市场最关键的一步棋。

但是现如今，即使是长期从事招商工作的经销商也感到招商遭遇到了前所未有的挑战。现在各种运营规模应运而生，各种媒体上招商广告越来越多，各种招商模式层出不穷，经销商招商投入了大量的人力、物力、财力，但却并不一定能获得好的回报。

越来越多的经销商感觉到加盟商成熟了，加盟商找产品、选市场更加趋于理性，更加实际了。

在这种情况下，经销商如何进行区域招商？

采用何种方式招商？

成为困扰着每一个品牌经销商的难题。

<<经销商区域招商>>

编辑推荐

经销商招商的实际操作流程是《经销商区域招商》介绍的重点内容，《经销商区域招商》将用较大的篇幅对这部分内容加以详细的讲述，尽可能把招商过程中的每一个细节都介绍、分析到位，使经销能够依照《经销商区域招商》并结合自身实际，就能按部就班地进行招商操作，以降低招商的风险，增加招商成功的机会。

<<经销商区域招商>>

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>