

<<销售就是做渠道>>

图书基本信息

书名：<<销售就是做渠道>>

13位ISBN编号：9787504481450

10位ISBN编号：7504481459

出版时间：2013-9-1

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>

<<销售就是做渠道>>

内容概要

销售渠道是企业最重要的资产之一，同时也是变数最大的资产。

企业需要通过渠道走货，消费者需要通过渠道的流通功能得到各种各样所需要的商品。

因为渠道是完成交易的场所和环节，所以绝大部分企业、消费者都不可能离开渠道而发生交易。

渠道实在是有着非凡的魔力，它控制着商品的流通，实现着商品的价值。

对产品来说，渠道并不对产品本身进行增值，而是通过服务增加产品的附加价值；对企业来说，销售渠道起到物流、资金流、信息流、商流的作用，完成厂家很难完成的任务。

不同的行业、不同的产品，企业不同的规模和发展阶段，销售渠道的形态都不相同，绝大多数销售渠道都要经过由经销商到零售店这两个环节。

渠道是企业把产品向消费者转移的过程中所经过的路径，包括企业自己设立的销售机构、代理商、经销商、零售店等。

渠道之所以重要，一是因为规模导致商品便宜，而这是影响消费者在那里购买的重要因素；二是渠道成员拥有的能力或资源能够间接影响产业走向，例如渠道成员的资金、人气、网络、人脉、技术等。

<<销售就是做渠道>>

书籍目录

第一辑 你一定要懂的渠道常识
了解渠道的概念、功能、流程
你了解营销渠道的结构吗
营销渠道有哪些“人”组成的
你凭什么设计营销渠道系统
好销售必知的渠道系统设计步骤
掌握渠道设计技巧才能赢
睁大眼睛选择营销渠道成员

第二辑 卖出产品，渠道是王
谁掌握了渠道，谁就掌握了市场
渠道，是企业生产线的延续
渠道是企业最重要的资源之一
产品过硬与渠道畅通缺一不可
企业一定要创造“渠道霸权”

第三辑 做渠道要善于管理自己
先认知自己，后建设渠道
卖产品首先要会推销自己
做渠道一定要有积极的心态
目标就是我们行动的方向
业精于勤——做好时间管理
做好你的推销计划书的制定

第四辑 渠道推销务必有备而来
透析市场环境是必做的功课
做渠道先要准确了解客户状况
在推销前，清晰掌握企业知识
对自己推销的商品要非常熟悉
了解影响客户购买行为的因素
广泛收集最有价值的推销信息

第五辑 我们凭什么去打造渠道
先细分市场再投入产品
没有市场调查就没有高质渠道
选择终端就是在选择财脉
该如何选择渠道销售点
渠道布局要重在“点”上
远离渠道设计的误区

第六辑 让销售渠道高效运转起来
选择正确的营销策略
渠道创新，横向合作
占领新市场，打好攻坚战
建立优秀的销售团队
直销分销两手同时抓
不断尝试，寻找最佳渠道

第七辑 好的渠道需要好的管理
与卖场合作要避免观念误区
用对付美女的方法对付卖场

<<销售就是做渠道>>

增强自身的持久地竞争优势
降低成本费用要有会管理库存
做渠道更要做好客户管理
渠道冲突原因及解决办法
合理处理渠道中的“冲货”行为
第八辑 用激励手段催生渠道业绩
一点扶持，共同成长
经销商激励贵在适度
企业扶持新加盟经销商的手段
发挥促销的积极作用
好销售常用的渠道促销手段
不忘点燃分销商的激情
第九辑 离不了的网络销售渠道
不可不知的网络营销内涵
找到网络营销的成功要素
什么才是网络营销体系
组建企业自己的网络营销系统
最常见的网络营销模式
学会管理网络营销体系
第十辑 附文本示例：读渠道文本看如何做销售
公司销售代理契约书示例
生产厂商与经销商的合同示例
连锁公司加盟合同书示例
连锁店成员加入规范
批发商管理规范示例
零售商管理规范示例
加盟店管理规范示例
特约店管理规范示例
代理店管理规范示例
经销商奖励规范示例

<<销售就是做渠道>>

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>