

<<渠道制胜>>

图书基本信息

书名：<<渠道制胜>>

13位ISBN编号：9787506447614

10位ISBN编号：7506447614

出版时间：2008-2

出版时间：中国纺织

作者：马刚,韩燕

页数：276

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>

<<渠道制胜>>

内容概要

本书在广泛吸收国内外营销渠道研究成果和成功经验的基础上，结合服装市场的最新动态和我国服装企业的实际，以理论为引导，以实用为原则，对服装企业营销渠道管理的内容和方法进行了系统阐述，着重介绍了服装营销渠道的设计管理、成员管理、流程管理、关系管理、绩效管理、整合与发展趋势等内容，旨在为服装企业提供一套渠道管理的理论、方法和技巧，探索出适合中国服装企业的营销渠道策略。

本书通俗易懂，既可作为服装企业领导、营销人员和销售管理人员了解和实施营销渠道管理的指南，也可作为高等院校服装企业管理、服装市场营销等专业教材或教学参考书，亦可作为各类成人教育培训机构的培训教材。

本书对于服装企业的营销渠道管理具有较强的指导作用，对自学者亦有较好的参考价值。

<<渠道制胜>>

书籍目录

第一章 营销渠道管理概述 第一节 营销渠道概述 第二节 渠道管理概述 第三节 服装营销渠道的基本模式
第二章 服装营销渠道的设计管理 第一节 服装营销渠道的战略设计 第二节 服装营销渠道设计的影响因素 第三节 服装营销渠道的设计决策
第三章 服装营销渠道的成员管理 第一节 服装营销渠道成员的选择 第二节 服装营销渠道成员的激励
第四章 服装营销渠道的流程管理 第一节 服装营销渠道的价格管理 第二节 服装营销渠道的促销管理 第三节 服装营销渠道的物流管理 第四节 服装营销渠道的信息管理
第五章 服装营销渠道的关系管理 第一节 服装营销渠道的冲突管理 第二节 服装营销的渠道关系管理 第三节 关系型的营销渠道策略
第六章 服装营销渠道的绩效管理 第一节 渠道评估在渠道管理中的地位 第二节 服装营销渠道的整体绩效评估 第三节 服装营销渠道的成员绩效评估 第四节 服装营销渠道的动态调整
第七章 服装营销渠道的整合与发展趋势 第一节 服装营销渠道的整合管理 第二节 服装营销渠道的发展趋势
参考文献

<<渠道制胜>>

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>