

<<渠道为赢>>

图书基本信息

书名：<<渠道为赢>>

13位ISBN编号：9787801798305

10位ISBN编号：7801798309

出版时间：2009-8

出版时间：中国致公出版社

作者：江乐兴

页数：236

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>

<<渠道为赢>>

前言

如果你是一个新公司的创办人，在你的产品还没有上市的时候，你肯定得思考如何建立你的营销渠道？

如何使你的渠道畅通无阻？

如何让你的产品销路大开？

如果你是一个久经沙场的制造商，当你的产品出现滞销的时候，当你的渠道出现堵塞的时候，当你的销售人员缺乏激情的时候，你该如何开辟新的渠道？

你该建立什么样的机制？

使你的产品重振雄风，使你的销售人员奋勇当先！

一句话，你得做好渠道设计，你得搞好渠道维护，你得进行渠道创新，才能使新产品迅速成长，使老产品焕然一新。

这就是渠道的魅力，这就是渠道的优势。

在市场打拼的

<<渠道为赢>>

内容概要

本书开宗明义地指出，在信息化程度越来越高、传播速度越来越快的时代，即使你拥有最优秀的产品、强大的营销队伍，而没有最佳的营销渠道，都有可能使你的产品出现滞销的现象。

因此，只有建立起畅通的营销渠道，才能让你产品变得畅销无阻。

但是，任何渠道建立以后，都不是一劳永逸的，只要经常进行渠道维护与监督，才能使渠道变得更健康、更长远。

因为，在渠道管理中，变化是随时存在的，渠道天生的多变性决定了渠道管理的动态与复杂，也容易使企业丧失对渠道的控制权。

渠道一旦失去控制，轻者可使企业大伤元气，重者可导致企业毁灭。

所以，任何企业在渠道开发之始，就要想到如何对其进行监督，并最终获得控制权。

科学、实用、权威是本书最大的特点，在创作的过程中，本书吸收了大量渠道营销的经验，对渠道运作的各种现状进行了深入的分析与阐述，并配以相关经典案例，以帮助读者理解并运用于实践。

可以说，本书既可以当作营销管理人员的培训教材，也可以作为一般读者的自学读物。

<<渠道为赢>>

书籍目录

第一章 渠道至尊：让你的产品畅销无阻 营销渠道是商品流通的桥梁 把营销渠道当作企业的战略 什么是好渠道的标准 渠道的背后是品牌 产品定位决定渠道定位 让渠道和品牌一起成长 渠道是塑造品牌的平台 渠道选择决定市场的地位 经典案例：沃尔玛传奇

第二章 渠道开拓：没有渠道就没有出路 利益攸关的渠道成员 渠道开拓要讲究策略 单一渠道不可行 渠道设计要有章可循 让分销渠道像流水一样畅通 渠道设计要把握不同特性 根据顾客需求开拓渠道 渠道设计的三大要素 怎样选择最佳的营销渠道 如何利用差异化获取利益 用SWOT法分析渠道战略 怎样突破渠道创新的障碍 谨慎选择中间商 准确评价潜在中间商 规避中间商选择的误区 渠道设计的最终目标 经典案例：海尔电脑的渠道开发

第三章 渠道营销：酒香也怕巷子深

第四章 渠道维护：不要临时抱佛脚

第五章 渠道激励：让经销商为你摇旗呐喊

第六章 渠道创新：学会用多条腿走路

第七章 渠道监督：别让渠道失去控制

第八章 大渠道：破译营销的密码

第九章 案例分析：向成功的渠道开拓者学经验

主要参考文献

章节摘录

营销渠道是商品流通的桥梁 当今社会，无论是信息传播还是物品流通，都离不开渠道的流通

尤其是对于商品的营销渠道，我们每个人都能亲身感触到。

想买台诺基亚的手机，不必到欧洲去买，商场和专卖店就能让我们如愿；想喝瓶可口可乐，不必到美国，街头小店到处都能满足你的期望，想买巴黎欧莱雅的化妆品，不必去法国，在各大超市、化妆品专卖店就可以买到……如此事例，俯拾皆是。

所以说，营销渠道可以将远在千里之外的生产者与散布在世界各地的众多消费者紧密地结合在一起，它是商品流通的桥梁。

读者或许会问，既然营销渠道拥有如此魅

<<渠道为赢>>

编辑推荐

如果你是一个新公司的创办人，在你的产品还没有上市的时候，你是否有过这样的困惑：
——营销渠道要如何建立？
——怎样才能确保渠道畅通无阻？
——如何让你的产品销路大开？
如果你是一个久经沙场的制造商，当你的渠道出现堵塞的时候，——你该如何开辟新的渠道？
——你该建立什么样的机制？
一句话，你得做好渠道设计，你得搞好渠道维护，你得进行渠道创新，只有这样才能使你的新产品迅速成长，老产品焕然一新。
这就是渠道的魅力，这就是渠道的优势！
在渠道制胜的今天，

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>