

<<经销商必读的10堂课>>

图书基本信息

书名：<<经销商必读的10堂课>>

13位ISBN编号：9787802341111

10位ISBN编号：7802341116

出版时间：2008-1

出版时间：中国发展出版社

作者：张勇

页数：223

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>

<<经销商必读的10堂课>>

内容概要

区域经销商占据一方领地，既要学会跑马圈地，又要学会利用自己的核心市场能打能守，所以区域经销商就像“肉夹馍”一样，上要取信于厂家并建立双赢互利、以诚为本的合作关系，下要抢地盘、守阵地，要带领自己的网络挣到“真金白银”，同时要打造一支固若金汤的“铁营盘”团队，如果经销商凭自己的经验办事就会变得好景不长、越走越远，使很多经销商一不小心走入误区，许多困惑、许多问题、许多现状让自己“剪不断，理还乱”，而且很多问题已变成制约经销商的发展“瓶颈”。

探究和分析这些经销商成功的科学的管理经验和运作模式就成了我们中研国际管理咨询机构138位资深专家、顾问的一项“使命”。

而我们也与众多专家顾问交流和向其请教的过程中收获颇多。

因此，为了把这些“智慧的结晶”拿来与广大的经销商共享，我们写作了这本《经销商必读的10堂课》，旨在为广大经销商提供系统思路和方法，旨在通过我们的潜心研究给广大经销商找到标本兼治的“药方”，从而不再困惑，不再彷徨！

<<经销商必读的10堂课>>

作者简介

张勇先生，中文学士，笔名艺谋张，资深图书策划人，撰稿人；从事图书出版业多年，策划和编撰图书，以经管和励志为主，旁及人文与艺术；因缘巧合加盟中研，对零售业的品牌运营和终端营销研究颇深，并尝试将畅销类图书的运作理念引入零售业，以期引起零售业图书产品的革命性变革；是新力作有《老板第一，顾客第二》、《品牌启示录——中国服饰品牌的运营圣经》（策划）、《感动顾客——让顾客自掏腰包的36条黄金攻略》、《高效专卖场的狼性法则》等。

<<经销商必读的10堂课>>

书籍目录

第一堂课 经销商的战略目标规划 第一讲 成功经销商的战略眼光要放长远 第二讲 经销商的战略转变 从重销量到重发展 从做生意到公司化运作 从拓展网络到管控渠道 从无决策到控市场 第三讲 经销商的战略思维误区 经营思维替代战略思维 市场重于管理 缺乏对创业的有效总结 忽视人才和知识的管理 只注重战略而忽视策略 第四讲 成功经销商发展战略的制定 经销商发展战略的设计 经销商发展战略的重要性 第五讲 经销商年度营运计划的制定 经销商年度营运计划的内容 制定营运计划书的原则与依据

第二堂课 经销商的自身能力塑造 第一讲 经销商的“四在内伤” 自我意识太强 忽视个人品行 品牌意识不够深入 自身素质不足 第二讲 经销商必备的七大职业素养 制定管理制度 关注管理细节 坚持管理细节 管理以身作则 管理全力以赴 管理冷静务实 做到实事求是 第三讲 经销商的五大禁忌 忌透支健康 忌墨守成规 忌拒绝学习 忌事事只求表面 忌事事圆滑处理 第四讲 经销商必备的三大能力 专业技术能力 选择判断能力 有先天与后天素养的融合能力

第三堂课 经销商的市场开发策略 第四堂课 经销商的人力资源管理 第五堂课 经销商的渠道管理 第六堂课 经销商的团队管理 第七堂课 经销商的终端店铺管理 第八堂课 经销商的加盟商辅导与管理 第九堂课 经销商的终端业绩管理 第十堂课 经销商的危机管理 后记

<<经销商必读的10堂课>>

章节摘录

第一堂课 经销商的战略目标规划 要想经营成功，必须确定产品或服务可达到的营动目标，然后综合资金、研究发展、生产作业、行销、人事、厂房设备等方面资源，朝愿景努力前进。许多企业、经销商都败在事先规划不周，以至资金不足，或对市场认识不清。

中国的经销商事业发展历程较短，因此，具有更灵活选择余地。

经销商首先应根据社会需求趋势、国家产业政策、地方经济结构、资源优势及行业竞争强度选择适当的经营领域；然后根据自身的规模、综合实力、在同行业中的位置确定目标市场，进行市场定位、产品定位和企业定位；再根据产品生命周期和市场需求确定市场战略目标；最后选择实现自身发展目标的途径，即经销战略。

为使选择的战备能够有效地实施，经销商应制定具体的中短期计划、项目计划和预算，以便各部门贯彻执行。

同时，经销商的组织结构应与企业的规模和选择的战略相适应。

在营销职能方面，经销商应根据总体战略或目标市场战略，制定相应的市场营销的组织策略，使营销组织、广告密度与市场需求、产品成熟程序相适应，克服促销和过度倾向。

在战略决策、战术规划之后，执行就成了实现战略目标的必由之路，即使是伟大的战略设计，如果失去了有效的执行，也只是纸上谈兵。

我知道，执行力是当今企业界共同关心和研究的一个课题。

团队执行力的强弱已成为一个经销商成功与否的关键因素。

在大多数情况下，一家经销商和它的竞争对手之间的差别往往在于它的执行能力的高下，而不在于它们的产品或者队伍的素质。

<<经销商必读的10堂课>>

编辑推荐

作为经销商，如何订一个切实有效的战略目标规划？

如何快速提升自身能力？

如何扫除市场开发过程中遇到的障碍？

如何开拓您的销售渠道？

如何建设一支高绩效的团队？

如何提高您的终端管理水平？

如何应对管理中的危机？

改变您一生命运的中研课堂，将事您走出这一系列的困惑。

日本时尚零售泰斗人物，零售百货业实战家，被誉为“日本零售之神”的柳田信之先生：中研国际是国际零售业先进管理理念的推广者，成功经验的传播者。

国美?鹏润国际时尚中心首席顾问，台湾著名零售名专家李春材先生：中研国际是中国零售业的财富教练，它传道、授业、解惑。

实践家知识管理集团董事长林伟贤先生：我在《我爱钱更爱你》中说过，一个人更想成功必须具备丰富的知识和爱心。

我想我理解中研国际为什么会成功。

成功不是自己拥有什么，而是你给了别人多少，中研国际的成功就在于它不断帮助零售企业创造价值，走向卓越。

中国商业联合交易市场专业委员会秘书长骆毓龙：零售业发展需要动力，中研国际为零售业不断输送智慧产品。

《销售与市场-体育营销》主编张斌先生：可用“实”来概括中研究国际：立身实践，厉行实务，力求实效。

<<经销商必读的10堂课>>

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>