

渠道管理



[渠道管理_下载链接1](#)

著者:《SP/计算机产品与流通》编辑部

出版者:企业管理出版社

出版时间:2004-3

装帧:平装(无盘)

isbn:9787801970312

产品从企业的生产线下来，经过分销渠道到达消费者的手中，必须依靠分销渠道的管理

来实现。《渠道管理》一书从理论和实现两方面阐述了对产品、物流、信息流、资金流的全面管理。是一本具备营销链的构建、协调、领导和服务等管理职能的渠道管理宝典。

很少有专门讲述“渠道管理”的教科书，很少有论及渠道的专著，然而在中国市场，渠道常被称作“安身立命之本”，因为中国市场这样广博，区域差异这样明显。

作为专注于渠道和合作伙伴的媒体，我们走过了5年的历程，5年来我们常常探讨着这样的话题：厂商如何创建一个适合自己的渠道；如何制订渠道政策以达到刺激渠道销售量最大化；如何管理渠道以达到双方的和谐；分销商又如何发展自己，是该发展和强化物流能力，还是逐渐扩大自己在供应链环节上的覆盖；在经营环境逐渐恶化，管理日益成为分销商的第一要素的时候，分销商又该如何强化自己的内部管理？

然而，如果说过去我们写的文章有如一颗颗散落的珍珠，那么我们现在要做的，就是把她们穿成串儿。我们搜集过去的资料和案例进行加工整理和提炼，进行知识的沉淀和积累，然后将其中纲要内容集结成本书。

我们希望通过这样的一个集子告诉人们：作为一个厂商，您如何开始做渠道，如何开始着手分析和规划，如何搭建管理体系，如何统领全局；作为一个渠道商，您如何加强自己的产品管理、现金流和信息流管理，如何在这样利润日趋微薄的时期获得更多的利润？在阐述理论的同时我们会佐以众多案例进行说明，以例起搭建沟通理论和实践的桥梁。

作者介绍:

目录: 序一 对合作伙伴的支持必须始终如一
序二 标本的价值
前言
全书概要
第一章 分销渠道概述
第二章 渠道规划
第三章 渠道市场与发展
第四章 渠道管理
第五章 分销商内部管理
附录
后记
· · · · · (收起)

[渠道管理_下载链接1](#)

标签

渠道管理

营销

管理

销售力

销售

渠道

教科书

b渠道

评论

[渠道管理_下载链接1](#)

书评

[渠道管理_下载链接1](#)