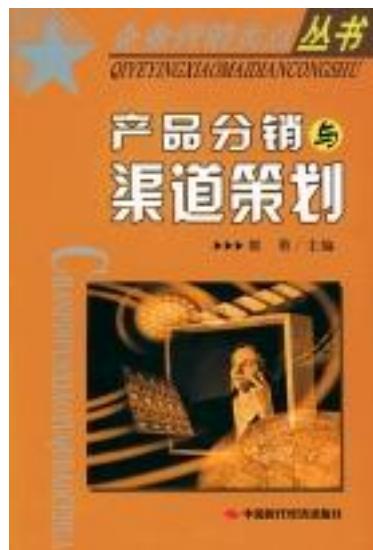


产品分销与渠道策划



[产品分销与渠道策划 下载链接1](#)

著者:郭勇主编

出版者:中国时代经济出版社

出版时间:2005-1

装帧:简裝本

isbn:9787801696908

《产品分销与渠道策划》主要内容包括：产品只有被消费者接受才能够实现价值。而企业的产品营销卖点是要给消费者提供最大价值的消费。这不仅需要企业在分销耀产品卖点价值，赋予产品卖点更大的价值，同样也需要企业尽可能降低消费者寻找产品，获得产品的成本；提高消费者购买产品的便利性。而这就需要企业通过有效的分销渠道来实现。

分销渠道是连接厂商和消费者的桥梁，桥梁与消费者的关系本身就是影响消费者购买意愿的重要因素。对于具体的分销渠道建设与管理，相关理论有很多，但是，基本上很少有什么理论能够帮助企业直接把产品卖点与分销渠道有机结合起来。我们更感兴趣的是，怎样从遭受市场成功者的成功细节中学到经验，如何从市场实践的失败者身上学到宝贵的教训。这是对我们营销管理的实战性认识的结果，也是我们在《产品分销与渠道策划》中所要呈现给大家的印象——来源于实践，回归于实践。

作者介绍:

目录:

[产品分销与渠道策划 下载链接1](#)

标签

评论

做了解

[产品分销与渠道策划 下载链接1](#)

书评

[产品分销与渠道策划 下载链接1](#)