

管理营销渠道



[管理营销渠道 下载链接1](#)

著者:范云峰

出版者:中国经济出版社

出版时间:2003-01-01

装帧:

isbn:9787501753208

营销渠道是企业生存与发展的命脉，而渠道的建设与维护是赢取市场的关键。

本书对管理渠道链的运作以及管理渠道链的合约、管理渠道促销、费用等问题进行了阐述和分析。

作者介绍:

范云峰，中国营销管理实力派代表人物

，中国市场营销协会执行会长，中国营销学会副会长，中国市场学会理事，清华大学CEO营销课程客座教授

，北京工商大学硕士生导师，中国商贸专家委员会委员，中国杰出营销奖评委，品牌中国联盟专家成员，中国十大企业培训师，中国十大策划专家，品牌中国十大专家，改革30年中国营销，策划界领军人物之一

，为上海康洁、吴江福华世家、大地集团、同济东莞医院、黑龙江嫩江县人民政府等数十家企事业单位政府顾问。出版《深度分销》、《沟通创造客户价值》、《邮政渠道营销》、《客户不是上帝》、《换个思维找客户》、《做个赚钱的经销商》、《恋爱营销》、《谈判高手》等50余部专著，是《中国经营报》、《中国质量与品牌》、《市场周刊》等20余家报刊专家顾问，

在《销售与市场》、《中国经营报》等多家报刊上发表论文300余篇，应邀到韩国、日本、马来西亚、新西兰、加拿大、澳大利亚等国讲学，擅长营销策略、策划咨询、综合管理、营销管理、营销策划、客户管理、渠道与品牌建设、银行营销、医院营销和酒店营销等。

在书画方面，范云峰先生8岁师从著名书画艺术家唐玉润先生学习书画艺术，并得到著名山水画家郑玉昆先生的教导，经多年潜心研习，成为真、草、隶、行诸体及花鸟、山水皆能的书画家，擅长花鸟画，尤长行书。其书法浑厚刚健、气势磅礴，书风朴实大方、法度严谨、格调清新。作品多次参加全国重大展览，多次获奖。自1986年10月首次举办个人作品展至今，先后出访日本、新加坡、韩国、马来西亚、新西兰、加拿大等国并举办书画作品展。其作品被国家领导人、国外元首及众多馆、院、阁和商人友人收藏，并当作互赠礼品，深得好评，颇受关注，颇有影响。

在《中国书画报》、《书法》、《美术》、《书画研究》多次发表其作品，其作品还分别勒石于“黄河碑林”、“三青山碑林”等名胜游览区。《中国当代书画篆刻家辞典》、《中国当代青年书画家辞典》、《世界各国国名、国都书法集》、《海外河南籍著名书画家作品集》、《中国画名家作品展作品集》、《中国牡丹书画名家作品展作品集》、《当代实力派书画精品集》、《新版传世名画》、《中国画坛实力派书画精品集》及《新中国美术家大典》等大型辞书、专集中分别收入有先生的作品。《天然之作》、《怎样收藏书画》等10万余字的书画评论文章先后发表，登于多家报纸、杂志，其艺术传略被多家报刊、电台、电视台报道。91、92年分别出版年画《花香鹤舞》、《松鹤延年》，1997年由河南美术出版社出版《范云峰书画集》，2009年国家邮政局发行《花开富贵》6张一套贺年卡明信片，2010年出版《范云峰作品选》、2012年出版《范云峰画选》。

书法作品：5000元/平尺 小楷作品：10000元/平尺

花鸟作品：12000元/平尺 山水作品：15000元/平尺

目录: 第1章认识营销渠道

认识渠道

营销渠道的涵义

营销渠道的特点

剖析营销渠道的流程

营销渠道功能

营销渠道级数

消费者市场营销渠道
· · · · · (收起)

[管理营销渠道](#) [下载链接1](#)

标签

营销

范云峰

客户

评论

[管理营销渠道](#) [下载链接1](#)

书评

[管理营销渠道](#) [下载链接1](#)