

市场营销渠道



[市场营销渠道_下载链接1](#)

著者:T.Coughlan

出版者:清华大学出版社

出版时间:2001-9

装帧:平装

isbn:9787302047384

本书的主题是市场营销渠道，即如何在营销渠道的各成员之间之设计，建立并维持良好的合作关系，以使渠道系统的整体或渠道中各成员都能取得可观的竞争优势。本书简单地介绍了营销渠道的策划和管理问题，重点介绍的是如何对营销渠道内的成员进行组织和控制，以形成联合的营销渠道系统，从而更好地为最终用户提供产品及服务。营销渠道管理是企业管理中的重要内容，其最终目的是通过对时间、空间及资源的配置，使最终客户得到最大满足。

作者介绍:

目录:

[市场营销渠道_下载链接1](#)

标签

营销渠道理论

营销

经典

评论

Stern和Ansary这本书是渠道理论的经典，国内绝大部分渠道的书抄来抄去抄的就是这本。

渠道总是说得比做得好

[市场营销渠道_下载链接1](#)

书评

[市场营销渠道_下载链接1](#)