

渠道为王



[渠道为王_下载链接1](#)

著者:许泽人

出版者:羊城晚报出版社

出版时间:2003-4-1

装帧:精装(无盘)

isbn:9787806512395

本书阐明了一个全新观念：即把“渠道”作为“主力产品”来经营，而且如果厂家建立了“生态分销网络”，就能达至厂家、分销商和零售终端以及用户和消费者共赢的局面。

作者介绍:

目录: 序言

第一章 绪论：渠道为王

一 核心竞争力：有效的分销网络是持久的竞争优势

二 永续的产品：把渠道作为主力产品来经营和管理

三 价值链增值：“渠道为王”的真谛所在

第二章 分销模式及运作

一 依靠渠道自然分销

二 培育区域大分销商

.....

第三章 销量团队目标管理

一 现代企业销售管理目标

二 企业销售培训

.....

第四章 销售物流管理

一 市场预测和以销定产

二 订单处理和配货计划

三 仓储运输和分销监控

第五章 销售财务管理

一 销售预算管理

.....

第六章 销售信息系统

一 销售信息系统的功能、框架和操作

二 销售信息系统的建立和实施

.....

.....

[\(收起\)](#)

[渠道为王_下载链接1](#)

标签

营销

销售

评论

[渠道为王_下载链接1](#)

书评

[渠道为王_下载链接1](#)