

窜货



[窜货_下载链接1](#)

著者:王贵奇

出版者:中国经济出版社

出版时间:2006-5

装帧:

isbn:9787501774388

窜货，是渠道冲突的一种典型表现形式。这个在市场营销学经典理论著作中难觅踪影的名词，却始终牵动着企业营销人员的神经。在市场上有句俗语“没有窜货的销售是不红

火的销售，大量窜货的销售是危险的销售”，可见营销人员对窜货是又爱又恨，无法摆脱。窜货真的会如影随形，成为渠道永远的痛吗？本书是当今中国全面阐述窜货及其解决方案的第一本书，详尽总结分析了当前关于窜货成因的新思路和以及全面解决窜货问题的各种方法，是所有营销人士的必读参考书，无论您是一线销售经理还是专业人士，相信对您的工作有所助益！

本书的总体风格是：关注现实，注重实效，其内容以符合读者的阅读需求为出发点，以有利于记者理论联系实际，便于实践中的应用为标准。本书是当今中国全面阐述窜货及其解决方案的第一本书，详尽总结分析了当前关于窜货成因的新思路和以及全面解决窜货问题的各种方法，在总结归纳以前学者或专家们研究结论的基础上，加入了笔者自己的分析和个人观点，使读者减少因自我摸索而耗费的时间和精力，特别是为深受窜货之害的厂家销售经理们提供了一套可行的解决模式。

本书中介绍分析了一些典型的窜货案例，有成功的也有失败的，希望失败的案例能为读者总结经验教训，成功的案例能帮助读者创造性地解决窜货问题。

作者介绍:

目录:

[窜货_下载链接1](#)

标签

窜货

评论

重复反复重复反复

[窜货_下载链接1](#)

书评

[窜货_下载链接1](#)