

# 大渠道营销



[大渠道营销\\_下载链接1](#)

著者:张解放

出版者:北京工业大学出版社

出版时间:2008-6

装帧:平装

isbn:9787563919208

《大渠道营销》根植于当代中国企业营销实战，更为难得的是，该书作者把其多年的营销策划实战经验与中国传统经营哲学思想紧密结合，自成一派，立意新颖，且落地实用，是近年中国营销学界难得一见的上乘之作，是一本难得的企业实用工具书。

大渠道营销学的产生，是我长期以来对古今中外军事理论和兵法及各种战争案例的研究，同时受到物理学力学原理的启发，结合营销基本理论融汇提炼而成。所以，在《大渠道营销》的论述中，注重强调各种营销手法、力量及效果的体现；在营销战略战术的阐述上突出强调直面竞争对手，敢于追求营销竞争的胜利成果；而在营销渠道网络的构建和终端网点的布局方面，借用中国古老兵法阵图的谋篇布局，这一切都是战争战略在商业领域的再现。我追求的是最终的营销竞争制胜，所以追求竞争手段的多变和对竞争对手的“无情”在所难免。希望各位读者在阅读《大渠道营销》的过程中，要以批判借鉴的态度来学习，把目光集中到对大渠道营销学所倡导的竞争理念和如何营造竞争优势的研究、分析、学习以至应用上，而不要拘泥于局部的技战术方面的“一城一池的得失”。

在长期的营销实战和营销策划实践中，作者常常受到诸如低层次的价格竞争、推广费用的不合理使用、渠道串货、假冒伪劣产品的无序竞争以及淡旺季如何经营等问题的困扰，一直面临着如何持续不断地提高产品销量的压力。

经过对古今中外商业典籍和营销理论的研究对比，总结亲历营销实战的经验，加上与数十位营销高手、营销管理大师和营销策划大师的探索咨询，终于写出了这部直面竞争、致力于营销竞争制胜的《大渠道营销》。

作者介绍:

目录:

[大渠道营销 下载链接1](#)

标签

销售

管理

Marketing

评论

其实是营销管理，大渠道是个幌子，但幌子有作用，基本道理都讲到位了，还是关键在

于执行啊！

---

[大渠道营销\\_下载链接1](#)

书评

---

[大渠道营销\\_下载链接1](#)