

<<做渠道霸主>>

图书基本信息

书名：<<做渠道霸主>>

13位ISBN编号：9787111240037

10位ISBN编号：7111240030

出版时间：2008-6

出版时间：机械工业出版社

作者：李玉国

页数：252

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<做渠道霸主>>

### 内容概要

本书介绍了经销商提升自身经营能力、打造品牌的实用之道。内容包括如何创立品牌，如何准确定位，如何突破提升的4大瓶颈，如何正确选择产品和品牌，如何提升自身能力；还包括经销商的大卖场运作之道、农村市场制胜攻略以及终端创新思路等。

## <<做渠道霸主>>

### 作者简介

李玉国，工商管理博士，跨位理论创始人，网易专栏作家，中国家电专业评论人。曾任国内著名企业的营销总监，外资公司总经理，营销副总裁。拥有快消、化妆品、服装、保健品、炊具、家电等跨行业10年以上的市场操作经验。曾经为三星、爱普生、中国联通等世界一流企业进行培训,持续在知名企业担任战略及营销顾问。有百余篇文章发表于《中国商业评论》、《中国经营报》、《销售与市场》、《品牌世界》、《营销学苑》及《经理人》等权威媒体。

## &lt;&lt;做渠道霸主&gt;&gt;

## 书籍目录

前言第1章 自我感知——喜忧之中悟趋势1.1 经销商——成功老板的第一步1.2 探索经销商成功的商业模式1.3 寻找创业成功路的捷径1.4 个中滋味有谁知？令人堪忧的经销商生存现状1.5 制约经销商发展的主要因素第2章 无品牌者无未来2.1 颠覆传统，为品牌正名2.2 掌握品牌的分类2.3 经销商——无品牌者无未来2.4 品牌——经销商无法绕过的大山2.5 未来经销商的发展趋势第3章 告别厚黑，赚取阳光下的利润3.1 鲜为人知的经销商厚黑学3.2 经销商需要什么样的公司架构3.3 经销商谋取“阴利”的5种手段3.4 业界对经销商品牌的负面认知第4章 价值链上准确定位，实现跨越4.1 超越竞争，做渠道霸主4.2 不能不知的渠道霸主4.3 经销商的品牌价值定位4.4 打造经销商品牌的6大差异性价值4.5 影响渠道霸主品牌建立的5大因素4.6 未来经销商的6种存在模式第5章 突破宿命，避开死结5.1 对经销商认识的误区5.2 经销商品牌的存在价值5.3 经销商遭受灭顶之灾的6种死法5.4 经销商提升的4大瓶颈第6章 破茧之本——正确选择产品和品牌6.1 经销商选择产品必须做的6项调查6.2 经销商如何选择经销产品6.3 经销商选择产品的5个互补标准6.4 经销商选择品牌的6大标准6.5 经销商选择品牌过程中的自我品牌传播 76.6 尽量避开的6种品牌6.7 经销商选择品牌容易犯的6种错误第7章 破茧之策——霸主品牌脱颖而出7.1 品牌战略的对象是谁7.2 企业自身建设7.3 造成经销商品牌弱勢的6个因素7.4 渠道商品牌如何胜出7.5 经营领先性和差异性品牌成功的根本7.6 如何让经销商的品牌飞起来7.7 经销商的内部管理为何失控第8章 打造渠道霸主品牌的10项修炼8.1 风险最小化——利润最大化的前提8.2 严密有力的财务——利润和经营的护航者8.3 高效营运——让一分钱发挥两分钱的效用8.4 策划推广——让品牌公司刮目相看8.5 因地制宜设计价格，创造更大的生存空间8.6 动态库存管理，不让每一分钱沉睡8.7 合理设计品项——真正实现投入产出比最大值8.8 让区域成为自己的地盘，搞定才是硬道理8.9 无缝对接，让品牌代表成为自己的助理8.10 超越一般的增值服务，为品牌加分第9章 渠道博弈，品牌制胜9.1 渠道关系重新定位9.2 为什么受伤的总是经销商9.3 经销商的生存危机9.4 制胜厂家策略9.5 经销商主导厂商关系9.6 如何进行渠道创新9.7 经销商的策划和推广能力9.8 识破厂家的打压策略9.9 经销商要学会与厂家“过招”9.10 科学设计渠道，让自己赚更多钱9.11 善于寻找自己的关系型客户第10章 凤凰涅——把握趋势，掌控未来10.1 渠道提升和创新10.2 经营团队持续优化10.3 渠道和终端管理的信息化10.4 突出策划和推广能力10.5 提升学习能力10.6 提升运营效率10.7 整合供应链体系第11章 渠道霸主的大卖场之道11.1 大卖场已经成为主要商业业态形式11.2 大卖场强大的生命力11.3 经销商如何跟大卖场打交道11.4 经销商价值的重新定位11.5 经销商如何通过大卖场提升自身品牌11.6 经销商如何平衡新老渠道关系第12章 渠道霸主的农村市场攻略12.1 县镇级农村市场的特点12.2 如何经营县级经销商12.3 县级经销商如何取得突破12.4 经销商如何争取厂家政策支持12.5 如何推广厂家品牌和自身品牌12.6 经销商如何做农村市场的促销活动第13章 创新终端，提升经销商品牌13.1 给终端下一个定义13.2 终端发展的4大特点13.3 渠道霸主如何经营终端13.4 经销商对于终端认识的8大误区13.5 5类企业不宜选择的终端13.6 导致终端效率低下的6大因素13.7 从终端策略到人本战略13.8 终端的未来趋势后记

<<做渠道霸主>>

编辑推荐

本书对于从事产品经销或代理工作的经销商具有实战参考价值。

#### 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>