

<<旅游同业销售理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<旅游同业销售理论与实务>>

13位ISBN编号：9787503223990

10位ISBN编号：7503223995

出版时间：2004-8-1

出版时间：中国旅游出版社

作者：曹戈

页数：298

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>

<<旅游同业销售理论与实务>>

内容概要

《旅游同业销售理论与实务》是我国第一部从供应链管理这个角度来研究旅游企业同业销售体系建设的专著，在总结理论研究与旅游企业实践经验的基础上，介绍了旅游产品供应链管理中的一个重要组成部分——旅游批发商、地接社、景区等旅游企业面向旅游零售商进行同业销售的理论和技术方法，提出了基于市场导向的旅游企业同业销售整体解决方案，具有探索性和开创性。

《旅游同业销售理论与实务》最大的特色在于其极强的操作性，书中所介绍的方法和理论，大都来自于中外著名企业的成功实践。

《旅游同业销售理论与实务》所论述的旅游同业销售理论与操作实务将给从事旅游同业销售的旅游批发商。

地接社以及景区以极大的帮助，同时，必将对我国旅游企业提高供应链管理能力和产生积极的影响。

<<旅游同业销售理论与实务>>

作者简介

曹戈，1969年6月生，1991年毕业后从事旅行社工作，其间开始关注中国旅行社业发展过程中的理论问题，2002年获硕士学位后，曾在资产管理公司从事旅游产业研究、旅行社行业研究及旅行社业并购重组实践，并担任了中国旅行社协会“旅行社经营体系研究”科研课题召集人。

对于旅游业各领域有广泛兴趣，主张运用多学科、多行业的理论与实践的综合力量去研究和解决旅游业发展的现实问题。

是旅行社业批发零售体系建设的积极研究者与实践者，强调旅游企业，尤其是旅游批发商、地接社、景点景区，应当从供应链管理的高度上来充分认识建立批发零售体系或同业销售体系的重要性。

本书就是作者近年来在这一领域所做工作的结晶。

<<旅游同业销售理论与实务>>

书籍目录

渠道为王(序)第一章 旅游产品分销体系第一节 旅游产品分销体系概述第二节 一体化垂直分销体系
第三节 旅游产品分销体系结构的设计第四节 评估备选分销体系方案的方法第五节 旅游产品分销体系
的作用第二章 旅游产品分销体系的中国特色第一节 国内旅游产品分销体系概述第二节 国内旅行社现
状分析第三章 旅游批发商第一节 批发的概念第二节 批发商业经营第三节 批发商经营战略第四章 批
发商经营策划与市场分析第一节 批发商经营策划第二节 市场调研第三节 市场预测第五章 连锁经营与
特许经营第一节 连锁经营第二节 特许经营第六章 旅行社批发零售体系第一节 现阶段建立批发零售体
系是否合适第二节 如何建立中国特色的旅行社经营体制第三节 制约因素第七章 一般性的批发商分销
政策第一节 产品政策第二节 价格政策第三节 促销政策第四节 品牌政策第五节 旅游产品不同阶段的分
销体系政策第八章 批发商分销体系管理第一节 批发商分销体系管理的概念第二节 分销体系管理的方
法第三节 分销体系控制操作工具第九章 分销体系成员选择第一节 分销体系成员选择的概念第二节 选
择分销体系成员的条件第三节 选择分销体系成员的方法第十章 客户关系管理第一节 客户关系管理的
意义第二节 客户关系管理的内容第三节 批发商和组团社之间的关系实质第四节 在互动中掌握主动第
五节 重点客户关系管理——选择、培育与创新第六节 进入大型组团社方法……
第十一章 激励管理第十二章 培训组团社第十三章 冲突处理第十四章 应收账款管理第十五章 内部管理
第十六章 批发商经营管理规章示例第十七章 旅游同业销售的实战启发主要参考文献

<<旅游同业销售理论与实务>>

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>