

<<渠道为王>>

图书基本信息

书名：<<渠道为王>>

13位ISBN编号：9787504742445

10位ISBN编号：7504742449

出版时间：2012-7

出版时间：郝枝林、刘飞 中国财富出版社 (2012-07出版)

作者：郝枝林 等著

页数：309

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>

<<渠道为王>>

前言

一本创造销售奇迹的天书——《渠道为王》 销售是一个伟大的名词，在漫漫历史长河中，销售是推动历史进步的强大动力，因为销售提高了人类的生活水平，加速了生产力的发展，加快了人类文明的进步。

销售伴随着人类文明逐渐成长，销售历史悠久，销售经久不衰，销售永不会被淘汰。与其他行业相比，销售是人类行为中最活跃分子，它积极参与到任何领域，与其他行业紧密结合。每个人的吃穿住行都和销售有着千丝万缕的关系，销售是一根指挥棒，它的挥动影响着每个人的生活。

销售是一座四通八达的桥梁，它可以紧密联系国家与国家之间、区域与区域之间、人与人之间的关系。国家与国家、区域与区域、人与人之间都需要进行贸易往来，这样可以优势互补，达到资源的合理利用。

学会销售对每个人的一生都有非常重要的意义，因为高度的社会文明要求每个人积极参与到社会活动中，只有积极参与才不会被人类文明前进的车轮碾碎。

如果不想做车轮下的牺牲品，就必须努力地迎合社会。

社会的发展像一股洪水大潮，在这股巨大洪流的冲击下，游刃有余的掌舵手成为了弄潮儿，技术欠佳的掌舵手便成为大潮下淹死的蜗牛。

随着市场经济的发展，市场经济学规律逐渐细化，并且因为细化而变得精深，销售学规律也分为很多板块。

渠道是销售学的一个分支，本书主要阐述销售渠道学规律。

任何规律的产生，都需要提炼出全人类生产活动的精华以进行归纳总结。

销售渠道学也不例外，它提炼出人类销售活动的精华进而总结出规律。

因为学科细化的要求，它从销售的渠道学出发把销售活动这一领域阐释清楚。

世界瞬息变化，各种销售类信息在冲击着每一个人的头脑，使人的意识混乱无序、杂乱无章，这个时候往往会使人产生迷惑，这种迷惑会使人茫然而不知所措，进而盲目地去做事。

在这个时候每个人都必须拨开云雾看太阳，筛选有用的信息，摒弃没用的信息，这样才不会使自己的头脑像个垃圾场。

在这个过程中，郝枝林与刘飞所著的《渠道为王》能成为你忠实的朋友，陪伴你走过这坎坎坷坷的人生路，一路帮你披荆斩棘，助你登上成功的宝殿。

作为你忠实的朋友，这本《渠道为王》告诉你：“尺有所短，寸有所长，一定要学会利用优势，创建渠道优势。

” “不做趴在玻璃上的苍蝇，先谋出路，再找光明，寻找渠道即寻找出路。

” “善用人者得天下，选择渠道成员时，做刘邦，不做项羽。

” “天下易得不易守，不做李自成，得到渠道细维护。

” “得道者多助，失道者寡助，不做纣王，渠道成员要厚待。

” “渠道管理是一门艺术，它讲究统筹、谨慎、底线、引导。

” “打造名品，名垂千古，青史留名。

” “做渠道真的需要勇气！” “心要跟着渠道一起走，永远不分手。

” “人成功靠努力，渠道成功靠魅力。

” “人非圣贤，孰能无过，渠道成员有则改之，无则加勉。

” 金品奇科技(北京)有限公司、挑宝贝商城 总裁 闫慧CEO龚光鹤联合推荐 2012年3月

<<渠道为王>>

内容概要

《渠道为王：找对渠道做销售》共分为十一章，主要内容包括：优势：创建渠道优势竞争模式；渠道即出路：开发最佳产品渠道；利益攸关的合作伙伴：慎重选择渠道成员等。

<<渠道为王>>

作者简介

<<渠道为王>>

书籍目录

第一章 优势：创建渠道优势竞争模式 地位：创造“渠道霸权” 定位：找准位置才能发挥优势 联盟：要发展，先联合 开发：抢占市场从终端做起 多赢：多渠并进，多方生财 实用工具：新产品渠道优势选择分析 第二章 渠道即出路：开发最佳产品渠道 根源：没有市场调查就没有高质渠道 开拓：占领新市场，打好攻坚战 人本：建立优秀的销售团队 双管：直销分销两手抓 整合：不断尝试，寻找最佳渠道 实用工具：渠道设计的一般程序 第三章 利益攸关的合作伙伴：慎重选择渠道成员 个性：分工不同，标准有异 择优：适合产品的才是最好的 评估：最大化地获取经销商信息 考察：经销商考察的多方位、立体化 实用工具：渠道成员资格鉴定表 第四章 守业堪比创业难：渠道维护责任重大 效率：渠道深耕，高效管理 反馈：定期维护，及时处理反馈问题 隐患：渠道预警机制，化解潜在危机 监管：加强监控，预防渠道窜货 防范：避免渠道冲突的五个原则 实用工具：预防恶性窜货的有效策略 第五章 少约束，多支持：渠道激励讲手段 关注：摸准经销商的需求与问题 合作：一点扶持，共同成长 激励：经销商激励贵在适度 助力：发挥促销的积极作用 维护：渠道激励的六个原则 实用工具：促销常用表格 第六章 必须拿稳“钓鱼竿”：渠道管理的艺术 统筹：渠道布局重在“点”上 谨慎：选终端，就是在选财脉 底线：降低库存率 引导：让广告策略成为渠道销售的催化剂 实用工具：渠道终端铺货方案范本 第七章 打造超级白金通道：渠道营销有策略 品牌：无品牌者无未来 规划：市场细分，以消费者为主导 定价：灵活的价位选择 经典：永远不过时的价格战术 实用工具：品牌在分销渠道的四大效应 第八章 勇于开拓天地宽：渠道创新要魄力 原则：创新使渠道“保鲜” 开拓：渠道细分，越细越新 方向：逆向可以通捷径 实用：缩短通路，创新之本 实用工具：渠道成员新产品态度调查表 第九章 用“心”做渠道：渠道服务须到位 保障：渠道服务有体系才专业 畅通：建立经销商与厂商沟通的渠道 关注：强调渠道维护使命感知 知识：培训是最好的服务 实用工具：订单处理流程 第十章 永葆渠道魅力：渠道效率评估与渠道完善 基础：业绩永远是第一标准 标准：客户满意度是潜在业绩 基数：分销无定式，规模决胜负 发展：渠道策略必须与时俱进 实用工具：销售渠道合作伙伴分析 第十一章 法无定式，误有可鉴：渠道销售误区解读 科学：渠道网络不是越密集越好 平等：倾向大客户也不能忽视小客户 谨慎：绝不能盲目直销 工具：广告有效但不可过分依赖 实用工具：商业广告常用的广告媒体及其优缺点

章节摘录

版权页：插图：立足终端，快捷高效，抢占市场 LG和NEC开拓市场时，均采取了迅速抢占零售店面的方法。

通过选择具有大量零售连锁店面的总代理商，使公司产品在市场上迅速铺开。

2004年，NEC选择了恒昌电子作为合作伙伴。

恒昌本身的营销策略即直接面向终端店面、培养零售渠道，并通过提供技术支持、服务项目提升零售商的市场竞争力，不断巩固和扩大其下游的零售店面。

恒昌除本身的直营连锁店外，还积极发展零售业务为主的其他经销商加盟，在全国范围内拥有近300家经销商。

利用恒昌的现有资源，NEC和恒昌联合设计了以终端为重点的笔记本电脑零售体系，构建了一个巨大的销售网络，使得NEC笔记本大量且快速地进入零售市场，在竞争激烈的笔记本电脑市场中迅速占领了阵地。

同样的情况也出现在LG笔记本的市场进军过程中。

通过恒昌这样一个成熟的渠道专业管理厂商，LG只用了2个月时间就出现在华东地区40多家零售店中，华东地区也一跃成为其销量第一的销售大区。

重视终端市场的开发，常能为企业带来意想不到的效果。

如第一节所述，市场的需求一旦被打开，出现利润，那么各级分销商也会顺势而来，自然形成销售渠道。

但对企业而言，直接管理终端常常是卖力不讨好的行为。

此时，选择成熟的专业管理厂商，利用其现有资源，无疑是首选。

在LG和NEC的案例中，恒昌电子本身有数量众多的零售店面，对企业来讲，这无疑是宝贵的终端资源。

且恒昌有专业的管理体系，提供厂商和渠道终端之间的信息共享平台，使企业和零售商之间能够密切联系，加强了企业对终端的管理，也使得企业能够在第一时间了解销售终端的情况。

<<渠道为王>>

媒体关注与评论

《渠道为王：找对渠道做销售》是一本创造销售奇迹的宝典，利用书中所述并运用到销售战略中，业绩倍增不再是梦！——金品奇集团、挑宝贝商城 (TIAOBABY.COM)CEO 龚光鹤 多年来，我一直在寻找适合自己企业的营销渠道，“寻找渠道就是寻找出路”。

——宝粮液酒业股份有限公司董事长、世界名人企业联合会主席 周艳侠 透过《渠道为王：找对渠道做销售》这本书，我找到了！——成都诺地文化传媒有限公司董事长 肖俊明 《渠道为王：找对渠道做销售》犹如销售海洋的灯塔，为茫茫销售之路指明方向。

——青海生态美容化妆品公司董事长 姜智英 企业的任何产品都是通过渠道来完成。

“找对渠道做销售”道出了卓越销售的本质。

——相关步步高鞋业集团董事长 龚贵全 阅读本书，你将用7天的时间获得作者5年的渠道实战经验。

对于渠道管理来说，本书的系统性、针对性、有效性都很强，是从事营销人员的必备参考书。

——金品奇集团、挑宝贝商城 (TIAOBABY.COM)总裁、资深互联网专家 闫慧

<<渠道为王>>

编辑推荐

《渠道为王:找对渠道做销售》全面解读渠道战略的实战宝典。其具有系统性,针对性、有效性,是一本创造销售奇迹的宝典,它犹如销售海洋的灯塔,为为茫茫销售之路指明方向,是从事营销人员的必备参考书。

<<渠道为王>>

名人推荐

《渠道为王：找对渠道做销售》是一本创造销售奇迹的宝典，利用书中所述并运用到销售战略中，业绩倍增不再是梦！

——金品奇集团、挑宝贝商城（TIAOBABY.COM）CEO 龚光鹤 多年来，我一直在寻找适合自己企业的营销渠道，“寻找渠道就是寻找出路”。

透过《渠道为王：找对渠道做销售》这本书，我找到了！

——宝粮液酒业股份有限公司董事长、世界名人企业联合会主席 周艳侠 《渠道为王：找对渠道做销售》犹如销售海洋的灯塔，为茫茫销售之路指明方向。

——成都诺地文化传媒有限公司董事长 肖俊明 企业的任何产品都是通过渠道来完成。

“找对渠道做销售”道出了卓越销售的本质。

——青海生态美容化妆品公司董事长 姜智英 阅读本书，你将用7天的时间获得作者5年的渠道实战经验。

——香港步步高鞋业集团董事长 龚贵全 对于渠道管理来说，本书的系统性、针对性、有效性都很强，是从事营销人员的必备参考书。

——金品奇集团、挑宝贝商城（TIAOBABY.COM）总裁、资深互联网专家 闫慧

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>