

<<卖点>>

图书基本信息

书名：<<卖点>>

13位ISBN编号：9787505949812

10位ISBN编号：7505949810

出版时间：2005-5

出版时间：中国文联出版社

作者：王锡义 著

页数：192

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>

<<卖点>>

内容概要

当今的中国化肥企业主要已建立起四种新型的厂商合作关系，一是股份合作；二是连锁经营；三是区域买断；四是驻点直销。

.....驻点直销首先是由安徽六国化工股份有限公司创造发明的。

实践证明，这一模式能使厂家在确保无贷款回收风险的情况下最大限度地提高市场占有率，是开拓市场、点领市场的一种有效方法，同时商家也能获得稳定的收益，是一种双赢模式。

他开创出中国农资营销史上罕见的连续十二年常胜不败的辉煌业绩，与此同时，他还在实践中总结出了一套营销理论——目前农资界备受关注的“驻点直销模式”。

如今，该模式已相继在《中国化工报》、《农资导报》、《中华合作时报》、《中国化肥信息网》等多家大型媒体关注，成为业界争相学习的一种崭新的农资经营模式。

我只是想向大家推荐一种很阳光的思想，一个很阳光的人，还有这本很阳光的书！

<<卖点>>

作者简介

王锡义，1949年生于安徽省宿松县，1987年毕业于安徽省高等教育自学考试汉语言文学专业，大专文凭，有高级政工师、经济师职称。

不善为文，但近几年也常有打油诗、小文章见诸报端。

20岁在家乡任村干，后当过印刷厂工人，搞过青年工作，做过党政干部，走过不少弯路。

1987年起在工厂从事管理工作，1991年调到铜陵磷铵厂，即今天的安徽六国化工股份有限公司，现任该公司常务副总经理兼营销公司总经理。

五十好几岁，有一点虚名，有一堆教训，但做人老老实实，工作兢兢业业，干一行爱一行，是连续四届铜化集团劳模、连续两届铜陵市劳模，2005年4月30日又荣获国务院授予的“全国劳动模范”荣誉称号。

王锡义的政治信仰是：为人民服务，跟共产党走；王锡义的雄心壮志是：野心不可有，雄心不可无，奋进不止，争做同行中的佼佼者！

书籍目录

一心修道 半世豪情郑红艳上篇 实战宝典评“驻点直销模式”论“驻点直销模式”第一章“驻点直销模式”的新思维第一节“驻点直销模式”的创立与推行第二节“驻点直销模式”的内容与实质第三节“驻点直销模式”的新概念新术语第二章“驻点直销模式”的主要特点第一节坚持销售过程的全面标准化运作第二节坚持不懈地强化建设终端市场网络第三节充分发挥利润多元化激励机制的作用第四节坚持“三环价格”联动机制有效掌控市场第五节坚持全方位多层次地整合厂商资源第六节能实实在在地从根本上降低销售成本第七节精心构建了高效的风险防范系统第八节坚持全过程派员驻点，实行厂商联合作战第三章“驻点直销模式”的操作要领第一节总模式要领第二节乡镇网点模式要领第三节仓库租赁模式要领第四节“要货函”模式要领第五节“三利促销之法”模式要领第六节结算模式要领第四章“驻点直销模式”的管理方略第一节营销队伍的建设第二节驻点销售员的管理第三节考核分配工作至关重要第五章“驻点直销”与外设“销售分公司”之比较下篇 三十六年诗存诗情激荡的岁月 郑红艳第一章 抒怀言志篇回乡知青明志.....

<<卖点>>

章节摘录

首先，要选准选好目标市场。

终端网络扎根在目标市场上，如果目标市场不好，当然扎根不牢。

高浓度磷复肥的不同品牌品种、不同规格含量，其目标市场是有区别的，有的区别还很大。

所以，决不可轻视目标市场的选择。

选择目标市场，就是要从宏观和全局上进行深入的考察，既要粗知当地人文历史，更要系统考察市场现状，从地形地貌、季节气候、经济状况、交通运输、仓储保管、作物茬口、用肥习惯、民风民情、辐射半径等各方面进行全面调研。

在此基础上做好两件事：一是要综合分析论证该市场是否是自己产品的用武之地；二是要合理划分经销区域，确定直销点和专用库的具体地点位置等，这两项工作做好了，就可以少走弯路，事半功倍。

五年前我到黑龙江选设第一批直销点时，提出了“让开大道，占领两厢；依托农资，辐射农垦；驻点直销，防范风险”的三大策略，正因这三大宏观策略得当，符合当时当地的情况，所以开拓黑龙江市场，势如破竹，直插县乡，避免了冲突，防范了风险，实现了首战告捷。

其次，要精心选点布点。

选点布点三步走：第一步是选设直销点。

一般是一两个县域设置一个直销点，每个直销点选一个联销商。

设置直销点，必须疏密得当，留下“隔离带”，以防窜货；每个直销点，不管其经销区域有多大，都只选拔一个联销商；选拔联销商，由驻点销售员按照统一制定的“三大硬件、三大软件”的六大标准，本着优胜劣汰的原则，选当地人担任，不是当地人不能选，这是前提，最后报经厂家领导批准确定；那些不能心悦诚服地接受“驻点直销模式”、不愿意在划定的经销区域内把市场做深做细的商家就不是合格的联销商；切忌设立那种只顾霸地盘、霸市场，靠广种薄收取利的超级点、霸王点。

联销商选定后，应立即签订《联销协议》，以便开展工作。

.....

<<卖点>>

媒体关注与评论

《锦心绣口跑销售 风风火火闯九州》 ——2002年1月13日《中国化工报》文化周刊
《走近王锡义系列报道》 ——2003年6月5日《铜陵日报》专门开辟“特色人生” 《流金
闪光的岁月》 ——2004年7月20日《安徽工人日报》 《驰骋商场显雄才》 ——2005
年1月14日《铜化集团报》 当今的中国化肥企业主要已建立起四种新型的厂商合作关系，一是
股份合作；二是连锁经营；三是区域买断；四是驻点直销。
.....驻点直销首先是由安徽六国化工股份有限公司创造发明的。
实践证明，这一模式能使厂家在确保无货款回收风险的情况下最大限度地提高市场占有率，是开拓市
场、占领市场的一种有效方法，同时商家也能获得稳定的收益，是一种双赢模式。
——2003年10月16日《中华合作时报》 他开创出中国农资营销史上罕见的连续十二年常
胜不败的辉煌业绩，与此同时，他还在实践中总结出了一套营销理论——目前农资界备受关注的“驻
点直销模式”。
如今，该模式已相继在《中国化工报》、《农资导报》、《中华合作时报》、《中国化肥信息网》等
多家大型媒体关注，成为业界争相学习的一种崭新的农资经营模式。
我只是想向大家推荐一种很阳光的思想，一个很阳光的人，还有这本很阳光的书！
——记者郑红艳

<<卖点>>

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>