

<<分销渠道实训>>

图书基本信息

书名：<<分销渠道实训>>

13位ISBN编号：9787565404740

10位ISBN编号：7565404748

出版时间：2011-8

出版时间：东北财大

作者：余伯明//陆弘彦

页数：224

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>

<<分销渠道实训>>

内容概要

《分销渠道实训(21世纪高职高专市场营销实训教程)》(作者余伯明、陆弘彦)首先,进行情境设计,以企业渠道管理任务和要求为背景,设计模拟工作情境,布置实训任务,启发学生思考,引导学生进行工作调研。

其次,介绍相关知识点,阐述渠道管理的相关理论和方法,为学生完成实习实训任务提供必要的理论指导和方法支持。

再次,根据实训任务和目标,制定实训步骤,并按工作步骤对学生的实训情况进行考评。

最后,通过有针对性的渠道管理案例,进一步丰富学生实习实训的内容,拓展学生视野,增长学生见识。

<<分销渠道实训>>

书籍目录

第一部分 分销渠道实调概述

- 一、分销渠道实训的意义
- 二、分销渠道实训的目的
- 三、分销渠道实训的学时安排
- 四、分销渠道实训成绩考核办法
- 五、分销渠道实训方法简介
- 六、分销渠道实训注意事项

第二部分 分铺渠道实训任务指南

模块一 渠道战略规划与设计

- 实训任务1 渠道战略规划
- 实训任务2 渠道模式设计
- 实训任务3 渠道成员的选择

模块二 赊销管理

- 实训任务4 客户信用管理
- 实训任务5 应收账款(信用)管理

模块三 窜货管理

- 实训任务6 窜货原因分析
- 实训任务7 窜货解决方案

模块四 大客户管理

- 实训任务8 大客户开发与维护
- 实训任务9 大客户管理解决方案

模块五 销售终端管理

- 实训任务10 终端铺货管理
- 实训任务11 卖场生动化管理

模块六 渠道冲突管理

- 实训任务12 渠道冲突分析

模块七 渠道权力与绩效评估

- 实训任务13 渠道权力
- 实训任务14 渠道绩效评估

模块八 不同类型产品分销渠道的构建

- 实训任务15 快速消费品分销渠道的构建
- 实训任务16 工业品分销渠道的构建
- 实训任务17 服装产品分销渠道的构建
- 实训任务18 连锁经营与管理

模块九 网络销售渠道

- 实训任务19 网络销售渠道的设计
- 实训任务20 网络销售渠道冲突分析

主要参考资料

<<分销渠道实训>>

章节摘录

营销渠道成员的选择，是一个双向互动的过程，它包括制造商和渠道中间商双方的选择与被选择。制造商选择渠道成员的过程，是从众多相同类型的中间商中，选出能够帮助制造商实现营销目标的渠道合作伙伴的过程。

其中，中间商包括代理商、批发商和零售商。

渠道成员的选择是渠道策略中十分重要的一个环节，因为选择什么样的渠道成员，关系到企业制定的营销目标能否顺利完成，关系到产品以及企业在消费者心目中形象的好坏。

因此，制造商对渠道成员的选择必须严格、谨慎，必须与自己的渠道战略规划相一致。

（一）渠道成员类型渠道成员是生产者向消费者销售产品时的中间环节，是专门从事商品流通的经济组织或个人。

按照渠道成员在产品流通过程中所起的作用，渠道成员可分为代理商、批发商、零售商。

1.代理商 代理商是指为制造商进行市场开拓和产品销售，以赚取代理佣金为目的的商品流通企业和个人。

代理商和经销商是两个完全不同的概念，代理商没有商品所有权，只是在买卖双方之间起到媒介作用，促成交易从而赚取佣金；而经销商拥有所销售产品的所有权。

在大多数渠道系统中，经销商居多，代理商并不常见。

2.批发商 批发商是主要从事商品批发业务等商业活动的经营实体，其交易对象是制造商和零售商。

批发商一方面向制造商购买商品，另一方面按批发价格向零售商批销大宗商品。

3.零售商零售商是营销渠道中最贴近消费者的群体，他们利用各种购物环境将不同制造商的产品提供给消费者。

典型的零售商类型有超级市场、购物中心、专业商店（眼镜店、体育用品店）、百货商店等。

在许多渠道中，零售商都是主导力量，如沃尔玛、家乐福等，他们往往可以决定商品购销运作的全过程。

.....

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>