

<<渠道深度营销向深度要销量>>

图书基本信息

书名：<<渠道深度营销向深度要销量>>

13位ISBN编号：9787884290710

10位ISBN编号：7884290715

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>

<<渠道深度营销向深度要销量>>

内容概要

讲师简介：张子凡——国内资深创业型实战派讲师、营销团队管理专家；曾任箭牌糖果（中国）有限公司大区域经理、世纪脉搏网络营销总监；为微软（中国）、奔驰、搜狐、网易、阿里巴巴、中国移动、中国电信等近千家国际国内知名企业提供培训与咨询服务，辐射通讯、IT、房地产、金融、快速消费品等八大行业。

独创水冰气、木屋分析法等八种思维模式，以“超越自我、成就他人”为使命，将十余年实战经历浓缩为10000篇原创文章，透过其名下知名营销策划论坛www.zzf.com.cn向社会各界提供无偿分享。并成功缔造“张子凡资源整合平台”，向遍布全国的万余名“凡友会”成员分享快乐营销与心灵成长之道。

本课程学习目标：引导学员在激烈竞争的市场中找到突破口及后续工作方法开阔视界、激荡智慧、建立系统思维模式，帮助事业成长通过理顺思路，帮助企业建立核心竞争优势及战略竞争力。

内容提要：

- 第一篇 渠道营销与维护基本理念；
- 第二篇 市场竞争现状分析及深度营销核心理念；
- 第三篇 渠道纵向深耕细作——向存量市场要增长；
- 第四篇 渠道横向精耕细作——向增量市场要利润；
- 第五篇 营销活动的配合：如何执行到最佳效果。

为什么学习本课程：现代企业面对渠道竞争压力，往往将关注焦点单纯地放在渠道建设和宽度拓展。但是渠道越来越不稳定，市场与渠道掣肘制约，企业经营陷入“夹板”效应。

为此，张子凡老师从渠道营销与维护入手，分析了深度营销的核心理念，提出了向存量市场要增长、向增量市场要利润的概念，并强调了营销活动配合中执行力的重要性。通过大量的案例分析介绍，从实战、实用的角度对营销渠道深度拓展进行了阐述。

谁需要学习本课程：企业总裁、总经理；营销管理者与实施者、市场策划者；战略制定层、经营管理层、营销执行层。

学员评价：

喜洋洋酒业：在喜洋洋酒业听张老师的课对我来说是我的一大享受，使的受益非浅，有机会真想再多听几次，不知道以后有没有机会！

感叹呀！

.....此致！

敬礼！

中国移动学员：我是你的学生，我从事通信行业多年，也上过无数次各种各样的培训课题，使我受益最多和学到最多知识培训课只有你上的课，希望以后有机会能再次听你的课，可以跟你学到更多的东西。

另希望你的网站越办越好，可以帮到更多的人做好本职工作。

我会经常上你的网站的，同时，我也会介绍更多的同事上你的网站学习。

谢谢！

<<渠道深度营销向深度要销量>>

百事可乐 项目总监：我真想能经常得到你的思想给予。
你讲课的感觉不是老师的感觉，我觉得是朋友在把他的经验和他的思想迫不及待给予所有的朋友，你讲课的状态就是一种全身心地给予，恨不得一下子就把你所有的能量都释放出来，让所有的人去吸收。
就是这种感觉。

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>