

<<代理商关心的那些事儿>>

图书基本信息

书名：<<代理商关心的那些事儿>>

13位ISBN编号：9787115257017

10位ISBN编号：7115257019

出版时间：2011-7

出版时间：人民邮电

作者：王永久

页数：336

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>

<<代理商关心的那些事儿>>

前言

商道商法，道法自然通天道我坐在广州珠江新城碧海湾十五楼的办公室内，俯瞰窗外阳光下的海心沙岛和高耸的小蛮腰广州塔，亚运会开幕场馆以帆船的姿态巍峨屹立在珠江之畔。

临江大道上来往的车辆川流不息，繁华景象尽收眼底。

这里曾经是一片没有开发的旷野沙地，短短几年时间，它以日新月异的面貌震撼着我们的视线，这个时代正以前所未有的经济速度创造着一个又一个奇迹。

翻阅着我的挚友王永久寄来的刚完稿的新著《代理商关心的那些事儿》，让我同样也为这个执著而富有理想的年轻人所震撼和感动。

多年前，我曾经为美国一家跨国企业主持策划过品牌市场战略项目，王永久是该企业中方的精干的市场经理，他的专业素养和饱含智慧的市场分析理论，给我留下深刻印象，正是有他的职业团队的默契配合，我圆满地完成了项目策划并获得美方的好评。

十多年的市场打拼，王永久经历了从普通业务员到市场经理再到多家企业营销高管的职业历练，见证了代理商经营业态从90年代初的崛起到如今成为不可忽略的中坚力量的整个变化历程，同时也有机会参与大量的经营实践，并时刻亲临现场。

系统的市场调研，鲜活的案例积累，丰富了他职业的经验，在我与他不断深化探讨代理商的生存与发展的话题的过程中，我认为完成代理商理论架构系统的搭建工作非他莫属。

作为一名资深的市场营销战略策划顾问，我也曾多次走访市场一线，深切感知代理商的现状和焦灼的心声。

中国的代理商是市场经济发展的过程中衍生出来的特殊群体，在推动社会经济发展的过程中，他们是不可或缺的中坚力量；而与此同时，他们也是最容易被忽视的尴尬群体，有时犹如厂家手中的鸡肋，食之无味，弃之可惜。

代理商与企业既同舟共济，又同室操戈；既携手成长，又互相背弃。

他们与厂家始终纠结在既爱又恨的万分矛盾之中。

中国的代理商大多为草根创业，他们是怀揣着不多的资金却满怀创业梦想的一群人。

然而，社会对其价值和身份认识的缺失，使得代理商们在商场上找不到精神归属，他们始终身在夹缝之间生存，命运永远不在自己的掌控之中。

于是，频繁更换品牌，成为代理商减少风险的一根救命稻草。

但即便是这样，也会因为没有系统的管理和考核方法而陷入捡了芝麻，丢了西瓜的恶性循环。

在同上下游利润与价值的博弈间，代理商们始终找不到平衡。

他们急需理论指导，却无奈于无法获得指导而不得不茫然摸索自己的生存路径。

他们是值得同情理解的群体，他们更应该是理性崛起的群体。

当我们看到国美、苏宁等一批传统商家能够如此成功地扮演中间商的角色时，我们相信代理商是有未来的。

而与此同时，有关代理商研究的稀缺也让我深感痛心，在如洪水般涌来的各类书籍面前，我们却很少能够寻觅到关于研究代理商的蛛丝马迹。

我们不但缺乏完整的案例库和可采信的数据统计，而且还没有形成一个系统化的管理经营及规划描述，关于代理商的所有判断和结论往往建立在一些感性的、个案层面上的观察，甚至是灵感的基础之上，这已经成为代理商认识自我和被认识的巨大障碍。

如何在支离破碎的中国代理商理论现状中探索出一条理性而易于操作的发展路径，如何造就既有国际视野又有本土雄心的新一代中国卓越代理商，已经成为影响中国市场进程中一个刻不容缓的课题。

这本期待已久的书来的犹未晚矣，可以说它填补了近二十年来关于中国代理商市场经营系统研究的空白，具有不可磨灭的现实意义。

作者从代理商的商性到代理商与企业、流通市场、组织建设与管理、代理商品牌以及产品与经营实务几个角度全面系统地深入解构，将可触摸到的品牌运作与市场拓展步骤呈现在读者面前，理论与案例自成体系，跳出了当前营销书籍理论与案例自相矛盾，难以自圆其说的窠臼。

作者的思维方式富有创新，写作手法别具一格。

<<代理商关心的那些事儿>>

以一线做市场的亲身实践，剖析代理商的内心世界，解答代理商品牌运作的各种疑难杂症，一针见血，先知先觉，措施对路，真刀真枪，人木三分，手把手教会代理商掌握如何“选择品牌、运作市场、打开销量、全面提升”的现代市场营销的功夫，可以说是一部难得的适合代理商的带兵治军的兵书。进入21世纪第二个十年，躬逢中华民族发展盛世，商业氛围持续勃然。

隐忍而内敛，沉静而从容的中国商人，秉承中国传统的人文精神——“人法地，地法天，天法道，道法自然”，坚定果敢，知行合一。

纵然当今全球经济环境风云变幻，纵然金融危机阴霾重重，中国的商人依旧潜心而行，专注事业，修身修法，商业之道越修越深。

值此大势之下，饱含王永久先生心血结晶的书籍《代理商关心的那些事儿》能够面世，对于中国的商人来讲，其意义之大之深，难以言诉！

而对于无数还在市场苦苦挣扎，抬头探路两眼迷茫的代理商来讲，此书则如黑夜中的一座灯塔，照亮前行之路。

毋庸置疑，商道、商法贯穿其中，道法自然通天道！

从某种意义上说，这本书也圆了我本人作为市场营销顾问长久以来的一个心愿。

中国的代理商理应有这样一套系统的理论来为他们的发展助力，我相信这本书会让人受益良多。

我希望看到代理商们能够更从容地驰骋于中国这个巨大的经济沙场之中，长袖善舞，演绎出属于这个群体所独有的精彩！

中国十大商务策划专家、广州市里程碑顾问有限公司首席顾问

<<代理商关心的那些事儿>>

内容概要

《代理商关心的那些事儿》从代理商的商性、代理商与企业的关系、代理商与流通市场的关系、代理商自身的团队和品牌建设以及产品经营实务等方面入手，用一篇篇轻松精练的文章，解答了代理商在经营和发展过程中可能遇到的问题和困惑，并提出了相应的解决问题的办法。

<<代理商关心的那些事儿>>

作者简介

王永久，出生于20世纪70年代中后期，高级工商管理硕士（EMBA），主修市场营销及财务专业，实战派营销人，资深培训师。

涉足行业众多，拥有12年企业营销管理和咨询管理经验，具备敏锐的市场洞察力，看问题角度独到，并善于把现代企业系统管理理念与企业营销管理实践相结合，擅长设计和总结各类中小企业营销管理的战术方略及系统运作方案。

<<代理商关心的那些事儿>>

书籍目录

第一章 商性——破解疑惑的钥匙

代理商职业生涯的成长阶梯

代理商的典型“脸谱”

代理商常见的十大困惑

代理商的“短板”

代理商的痛苦

影响代理商升级的六大常见“病毒”

代理商将被淘汰的十八大标志

代理商如何化解压力

代理商应该铭记的十大内功心法

“英雄”代理商走向“没落”的三大“死穴”

优秀代理商长盛不衰的六大秘诀

第二章 企业——结伴同行的力量

值得代理商追随的企业十大特征

微利时代企业心中优秀的代理商

企业业务人员最乐于向企业推荐的八种代理商

代理商如何向企业申请资源

代理商与企业平行沟通的十个细节

代理商如何陪同企业高管走访市场

代理商与区域经理如何相处

强势代理商在企业面前如何把控自己

代理商如何打破与企业之间的关系僵局

代理商靠什么捍卫自己的代理权

代理商应该向企业学习什么

第三章 流通市场——财富跳动的脉搏

代理商选择流通市场的诀窍

代理商进入新兴市场后应该做什么

代理商可以考虑退出市场的七种常见情况

代理商如何赢得市场管理机构的尊重

代理商与市场管理机构应该沟通什么

代理商与市场管理机构关系维护中不可逾越的雷区

代理商受到另类管制的缘由

弱势代理商在流通市场中的生存之道

第四章 产品经营——实务真理道乾坤

“新手”代理商入门的自问与自控

代理商如何把控新产品的引进

代理商选择代理产品常见的五大误区

代理产品上市后要做的七件事

代理店铺空间设计的八个要诀

代理商销售终端产品陈列的方法

代理商产品经营变革后的产品选择

代理商巧妙应对客户的六原则

代理商客户关系维护的四个方略

代理商的客户资源为何越来越少

代理商如何把控终端促销的风险

<<代理商关心的那些事儿>>

代理商针对滞销产品的处理方法
渠道日益扁平化，代理商应该怎么做
代理产品超市化经营的必控项
代理商应对市场竞争的七大要忌
代理商资金管理的八大参考法则
代理商如何快速成为行业no.
知识经济时代，老代理商必学的“新功夫”
值得代理商关注的十句“数字真经”
第五章 组织建设——代理商成长的力量
代理商招不到业务员的八大因素
代理商的业务员为何成为过堂客
代理商帮助业务员成长的参考方法
代理商如何塑造优秀的导购员
代理商如何留住身边的“将才”
代理商解放自己的途径
代理商团队领军人应具备的素质特征
代理商公司化建设过程中的七个体检项
企业型代理商团队建设的三大关键目标
代理商团队忠诚度建设的八个常规方法
代理商提高团队执行力的七大细节
代理商成功建设学习型团队必须清除的六大障碍
第六章 代理商品牌——经营命运的延续
代理商品牌与产品品牌的区别
代理商品牌建设的价值分析
代理商品牌塑造的一般轨迹
代理商如何进行品牌规划
代理商品牌定位的基本方法
代理商品牌设计的基本方法
代理商品牌培训的基本方法
代理商品牌推广的基本方法
代理商品牌管理的基本方法
代理商品牌经营的核心法则
代理商经营品牌的参考模式

<<代理商关心的那些事儿>>

章节摘录

版权页：阶段三：代理商在个体户阶段，代理商为了赚取资金，可能会有很多经营手法和战术。为了获得资金积累，代理商不会去评估和关注资金获取渠道的科学性，因为在个体户阶段代理商只有“攒钱”这个目标。

此时的代理商正处在“开源”的阶段，会不计成本得失、个人辛苦和其他竞争因素。

但是，当代理商发现资金困难已经不再是最大的困难时，当代理商发现自己的经营显得无序化，一切都不在计划之中时，代理商就会关注到其他人。

而一旦发现其他代理商在成功地与品牌合作，走上了有序化的市场经营，并从中分享品牌商品经营的利润和思想文化时，为了提高自己的竞争力，代理商会选择和企业合作，在企业的授权下，在一定的区域市场内从事代理产品的市场推广，并从中学习区域市场产品推广的方法、渠道管理的策略、产品的选择、库存和资金管理以及售后服务等。

如果代理商在这个阶段能够成功运作产品的代理或品牌，那么他在行业中的知名度会有很大的提高，竞争实力也会大大提升，行业地位也自然攀升。

此时，代理商可能会因势而发，进行经营扩张，或扩大店面经营规模，或引进新的品牌产品，或扩大市场区域，或招兵买马；总之，代理商不会放弃扩张的机会。

当然，这一切的前提都是代理产品成功，否则，代理商不可以进行盲目的扩张。

阶段四：公司化的老板代理商的扩张一定会迎来管理上的混乱。

造成这种情况的原因很简单，扩张前的管理无论在管理管辖的空间还是时间上，对于代理商而言，都触手可及。

经营中的人、事、物、资金等都是发生在代理商的身边，出现混乱和风险的可能性就较小。

而随着经营规模的变大，代理商很难实现自己将任何事情都能完全掌控在自己手中的期望。

这个时候，代理商一定要引入公司化的管理，用标准和制度流程来规范日常的经营行为，此时，代理商应该以观察者、宏观管理者和监督者的身份来把握自己的经营。

否则，代理商将无法像以前一样快速进步。

因为经营的规模大了，代理商无法再单枪匹马，单靠自己，而必须要靠团队，只有这样才能获取更大的规模效益。

阶段五：企业型代理商如果能快速适应公司化的变革，代理商就会发现，自己的团队还有很大的潜力，代理商会不满足于现有的项目，会希望自己的组织不再单兵作战于某一个领域。

只要组织力量许可，整合资源的能力具备，代理商就会尝试“跨行”“跨领域”或纵向选择关联配套产品的经营。

这样做的目的是充分利用公司的内外部资源，寻找、迎合和满足更多的客户需求，获取更多的经营收入及其他的社会资源。

事实证明，如果代理商的项目增多，其社会资源也会相对地增多，抗风险的能力也会相对地增强，从而使代理商由公司化的老板变成一个强势的企业型代理商。

阶段六：品牌营运商随着部分代理经营项目的成功运作，代理商自然按捺不住成功后的“自信”，再也不愿永远“寄人篱下”，经营一些没有自己思想和感情印迹的产品。

通过市场调研或者常年经营积累的直觉，代理商在区域市场中掌握了人们的消费习性和潜在需求，于是开始尝试在区域市场内运作自己策划的品牌产品。

在按照自己的意思，通过与制造商合作的方式完成了入市前的一切产品准备后，代理商只需组织自己手中的人、财、物及其他经营资源运作自己策划的产品，在风险能够控制的区域内，进行尝试运营。

同时，代理商还可以借助打造企业产品品牌的经验和已培养的忠诚的消费客户群体，设计和规划代理商品牌，建设属于自己的品牌。

一个可信赖的代理商品牌，将会让代理商拥有一个持续获取财富的“聚宝盆”。

<<代理商关心的那些事儿>>

媒体关注与评论

代理商的自我学习与成长，是减轻经营压力，成功突围的最好办法。

——北京华灿文化传播有限公司董事长 李少白代理商是现代市场营销链中的重要组成部分，代理商的成长对整个市场营销价值体系的建设起着关键性的作用。

重视代理商，帮助代理。

商解除市场经营认识上存在的疑惑，也是支持代理商成长的必要性保障。

——国际品牌策划大师 罗泽易作为代理商我们不要片面地否定理论教育，更不要片面地主张实践经验，只有二者结合，代理商才能在学习中进步和成长。

——河北南华工程配套有限公司总经理 孙乃树《代理商关心的那些事儿》本着实用原则，从方方面面为代理商解决实战过程中遇到的各种难题，实为代理商的百科全书。

——业务员网CEO 老海在复杂的市场竞争环境下，要构建代理商的事业，先要认真地学习。

创业不是闯业，《代理商关心的那些事儿》将陪伴你逐步构建你的代理商事业。

——台湾产学研合作中心主任 黄炜龙《代理商关心的那些事儿》想代理商之所想，应代理商之所需，是能够切实帮助代理商解决实际问题的方法论，更是代理商经营过程中强有力的帮手。

——渠道网运营总监 张宝义

<<代理商关心的那些事儿>>

编辑推荐

《代理商关心的那些事儿》：在复杂的市场竞争环境下，要构建代理商的事业，先要认真地学习。创业不是闯业，王永久编著的《代理商关心的那些事儿》将陪伴你逐步构建你的代理商事业。

《代理商关心的那些事儿》想代理商之所想，应代理商之所需，是能够切实帮助代理商解决实际问题的方法论，更是代理商经营过程中强有力的帮手。

破解代理商经营的迷局，打造值得信赖的团队。

看透商性，搞懂自己、用好企业，立稳根基、驾驭流通，获取利润、抓牢产品，以逸待劳、锻造队伍，以一当十、打造品牌，成就价值。

为何代理的产品刚刚打开局面，却被企业抛弃、为何一手培养的业务精英，却会远走高飞为何一辈子为别人做嫁衣创建自己的品牌却屡遭失败也许你不知道这是因为什么、但遇到这些情况，你一定要知道该怎么办。

<<代理商关心的那些事儿>>

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>