

<<经销商营销新思维>>

图书基本信息

书名：<<经销商营销新思维>>

13位ISBN编号：9787501787920

10位ISBN编号：7501787921

出版时间：2009-2

出版时间：中国经济出版社

作者：张洪吉，王荣耀，田怡 著

页数：321

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>

<<经销商营销新思维>>

前言

管理是管理者在多变的客观环境下设法运用各种资源来达到既定目标的各种活动和全部过程。它既有科学的规律可循，又有艺术的运用之妙。

管理学者的职责是探寻管理的科学规律，以帮助管理者更好地达到目标。

企业作为一种经济组织，以向社会提供产品或服务而存在。

企业管理作为一种经济活动现象，也始终围绕着两个核心假设：一是永续生存；二是快速成长。

长期以来，学者们孜孜以求、管理者们披荆斩棘，试图解开由此而衍生出的众多管理命题。

然而，对于国人来说，永续生存，多局限于情结，而缺少更深入的、更细致的理性思考；快速成长，也是习惯性地、更多地局限于规模性的扩张。

而缺少系统性思考。

这也就导致了在改革开放近30年的时间里，在竞争领域，在全球市场上，能与跨国公司同台竞技的企业总是凤毛麟角。

企业作为一种社会组织，首先是人的集合。

它以构建商业社会架构、商业社会伦理而存在，为人自身的发展提供了平台；同时，因与所处的社会良性互动而生存、成长、发展和延续。

在此过程中，衍生出种种关于人自身、员工、团队和组织的难题。

尤其是，管理者们以确定的资源投入，以自己的企业家精神、创业精神面对高度不确定的市场环境，在解决这些商业问题的过程中，在风险伴随的历程中，推动企业和人类社会的发展。

反观国内，众多领导者缺少企业家精神、经理人缺少所必备的品质和素养的现象比比皆是，直接导致企业家个人的发展历程，或壮怀激烈，或黯然神伤，或丰功伟绩，或昙花一现，如此等等。

这恰是研究者关注的内容。

<<经销商营销新思维>>

内容概要

《经销商营销新思维》对经销商营销新思维做了全面论述，对经销商如何发现生意机会、怎样提高市场助销率、如何和上游厂家和下游客户建立良好关系、如何建立顾客反馈机制、怎样规避投资风险以及如何提升内部管理、如何在社区树立良好的公共关系等这些经销商极为关注的问题进行了实操性很强的研究。

几位长期研究经销商营销理论与实践的专家学者，在参考了大量有关论著的基础上，结合自己工作、实践经验写成了这部著作。

<<经销商营销新思维>>

作者简介

张洪吉，河北经贸大学工商管理学院教授，管理学博士，市场营销专业硕士研究生导师，美国俄克拉荷马大学MBA，中国教育部公派留学高级访问学者。

主编《市场营销原理》、《企业营销战略》、《消费行为研究》、《顾客价值研究》等著作多部，被国家数字图书馆收录。

主持国家自然科学基金项目、国家教育部软科学、河北省哲学社会科学、河北省科技厅课题多项。

在《管理世界》、《中国软科学》、《企业管理》、《财贸经济》、《科技进步与对策》、《价值工程》、《销售与市场》、《中国科技论坛》等刊物发表学术论文百余篇。

中央电视台经济半小时节目《跨世纪的转变》撰稿人。

历任石家庄君乐美家具有限公司营销顾问、恒祥医药集团营销总监、穗宝集团河北公司总经理、穗宝集团河北公司培训总监。

为多家企业提供管理咨询和营销培训服务。

王荣耀，销售与市场杂志社培训总监，高级研究员。

主编中国第一本专门研究经销商的著作《中国经销商》，本书被娃哈哈、香港加加等多家企业用作经销商培训教材；主编《终端营销实战手册》，获得全国畅销书奖；主编《私营公司销售管理与控制精要》，连续多次再版；主编《变革时代的企业经营与管理》，被国家数字图书馆收录；在《销售与市场》、《商界》、《中外管理》、《世界经理人文摘》等杂志上发表了：300多篇销售与管理方面的文章。

曾为国内近千家企业进行销售与管理培训。

电子邮箱：WRY8888@HOTMAIL.COM 田怡，河北经贸大学工商管理学院副教授，市场营销教研室副主任。

长期从事市场营销专业的教学和科研工作。

近年来在河北省内外专业杂志《商业时代》、《销售与市场》、《企业活力》、《价值工程》发表论文十余篇，参与出版了多部营销专业方面的教材与著作，并参与了河北省内多家企业的营销咨询与培训活动。

<<经销商营销新思维>>

书籍目录

一、是什么阻碍了经销商赚钱经销商的观念阻碍了赚钱经销商的知识阻碍了赚钱经销商的意识阻碍了赚钱经销商的赢利模式阻碍了赚钱经销商的茫然阻碍了赚钱经销商的“慷慨”阻碍了赚钱经销商的“单挑”阻碍了赚钱二、经销商要会从营销思路赚钱思路就是方向思路就是思想思路就是预见思路就是筹划思路就是判断思路就是智慧思路就是招法三、经销商要会从能力上赚钱诚信是经销商赚钱的真功夫态度是经销商的老板赚钱的真理：眼光里面有财富赚钱是一种综合能力的标志有学习力才有赚钱力甄别是赚钱的硬道理四、经销商要会从市场上赚钱市场是经销商宝贵的资产市场是由赚钱要素构成的市场是经销商培养出来的五、经销商要会从品牌经营上赚钱做品牌经销商：不做经销品牌商选择一个能够拓展利润空间的品牌选择一个能给经销商希望的品牌六、经销商要会从厂家赚钱良好开端是成功的开始，选好厂家是赚钱的开始厂商合作风险降到零，经销商赚钱有保证经销商得到厂家的支援或资源就等于赚钱用帮助厂家做事的方式赚钱七、经销商要会从下游客户赚钱做帮助下游客户壮大的经销商做与下游客户“结亲”的经销商做对下游客户负责的经销商做向客户出售成功理念的经销商做向下游客户提供增值服务的经销商八、经销商要会从终端上赚钱让终端商得到激励让顾客愿意购买用终端陈列打动顾客九、经销商要会从创新上赚钱渠道创新财富促销创新价值用理念起爆创新对下游客户管理模式创新十、经销商要会从内部管理上赚钱突破瓶颈，向管理要效益管好业务员，向人力资源要效益管理下游客户，向渠道竞争力要效益管理账款，减少损失管理仓库，防止跑漏利用财务杠杆，用“瘦身”的方式“增肥”后记

<<经销商营销新思维>>

章节摘录

经销商的意识阻碍了赚钱 影响经销商赚钱的另一个根源性问题是意识缺乏问题。首先，缺乏资源意识。

经销商缺乏大资源观，资源意识狭隘，重视空间性资源而忽视时间性资源；重视有形资源而忽视无形资源；重视自身资源而忽视外在资源；重视智力资源而忽视道德资源；重视直接资源而忽视间接资源。

其次，缺乏先进的道德意识。

部分经销商意识不到讲道德也是一种智慧。

人的智慧不仅表现在人与自然的关系方面，也表现在人与人的关系方面，表现在经销商与顾客方面。只有讲道德才能与别人很好相处，才能受到顾客的爱戴与拥护，才能干成大事。

第三，缺乏主动学习的意识。

一些经销商往往拒绝学习。

原因是盲目地认为自己说的话办的事都是对的，根本就用不着学习。

要是他们没有这种意识障碍，多学习点新东西并不困难，不但可以挤些时间去接受培训，而且在公司内外随时都可以请到“一事之师”。

在现实生活中，这种学习意识的缺乏表现方式不一，或崇尚总裁班，希望通过一次速成学习而把自己塑为金身；或对身边的学习机会置若罔闻；或对厂家举办的现场培训或不听记、不参加，或认为学习是下属的事情，或认为不培训等死、培训是找死，培训比不培训给企业带来的负面影响更大等等。

第四，缺乏接受新事物的意识。

外部环境在不断变化，自身的能力却没有相应提高。

原来取得了一定的成功，现在对新的市场拓展模式丝毫不能接受。

拒绝改变自己的认知，不乐意接受新事物、新观点、新思想，不能在变革与创新中不断适应新的环境，获取更多的财富。

第五，具有很强的产品依赖意识。

经销商为了做产品而做产品。

今天这个品牌火就做这个，明天那个品牌火就做那个，到最后，种了别人的田，荒了自己的地。

<<经销商营销新思维>>

编辑推荐

我们现在正处于经销商新思维经营时代。

在这个时代，经销商如果不积极转变经营思路并调整经营策略，明天必然会为此付出代价。

在新的营销时代，是什么影响了经销商赢利？

在《经销商营销新思维》中您将找到问题的答案和解决问题的方法。

<<经销商营销新思维>>

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>