第一图书网, tushu007.com

<<做最赚钱的经销商>>

图书基本信息

书名：<<做最赚钱的经销商>>

13位ISBN编号：9787545902419

10位ISBN编号：7545902416

出版时间：2010-11

出版时间：鹭江

作者：郭汉尧

页数：184

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

经销商如何向总部强势品牌巧妙借力，以迅速做大做强?如何对终端商进行强力掌控，帮助终端门店大幅提高销量?又如何改进自身的专业化形象，全方位提升赢利能力？ 资深经销商培训专家、实操型培训讲师郭汉尧为您带来最实用的一线实战秘诀，全部招法实在具体，来自实战，用于实战。
郭老师从经销商切身利益出发，为您一招一式地用心讲解，务求让您即学即用，迅速见效。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

郭汉尧
《赢家大讲堂》特聘专家，九洲同行品牌营销策划机构领军人物，《销售与市场》杂志社第一营销团专家，汉硕管理学院MBA教授，步之霸终端管理学院院长，贵派营销学院院长。
资深经销商培训专家，实战派销售力提升专家，资深店长培训专家，资深品牌运营与策划专家，多家著名企业品牌营销顾问，拥有丰富的品牌运作及营销管理实战经验。

著作有《品牌金规：如何构筑企业品牌》、《订货会全程操作实战手册》、《金牌经销商公司化运营实战手册》、《品牌店店长实战手册》、《超级店长十七项实战能力》、《销售高手的99个沟通细节》、《客户分级管理实务》等。

<<做最赚钱的经销商>>

书籍目录

引言 商人不赚钱不道德　一、赚钱从学习开始乃　二、和气生财一一微笑很值钱　　案例：微笑不达标要扣钱　三、发财靠脑勤手勤王牌一 品牌借力一一背靠一棵摇钱树　一、品牌是经销商的必然选择　　案例：品牌有强大比较优势　　1.消费阶层化，产品不可能卖给所有人　　案例：用品牌跟客户沟通　　2.差异化消费决定了产品定位　二、品牌是核心价值　　1.品牌是产品价值的体现　　案例：凭什么就他的牌子值钱　　2.品牌是核心价值观的体现　　3.品牌是质量和信誉的保证　三、品牌是更高的利润　　1.品牌缩短了消费者购买的接受过程　　2.品牌创造较高的利润空间　　案例：点石成金的名菜　　3.品牌可以成为无形资产　　案例：品牌的生命力　四、品牌是个聚宝盆　　1.单凭广告撑不起品牌　　2.没有销售就没有品牌　　3.品牌需要四轮驱动，经销商要顶天立地　　4.品牌落地有助于经销商做人做强　　5.品牌是经销商的聚宝盆和摇钱树　五、共赢联盟，一起发财　　笑话：所谓的“鱼水关系”　　1.厂商共赢是利益共享的需要　　2.厂商共赢是战略联盟的需要　　3.厂商共赢是品牌发展的需要　　4.厂商共赢是市场变化的需要王牌二 专业形象一一赚钱要有赚钱的样　一、专业的外表一一形式比内容更重要　……王牌三 能力提升一一赚钱才是硬道理王牌四　公司化运营——团队赚钱是最高境界王牌五　视觉营销——第一个眼球都是金子王牌六　顾问式销售——顾客需求是最大的金矿王牌七　深度营销——顾客才是真财神王牌八　管理技巧——用员工的手去淘金小结　赚钱也要专业化

章节摘录

既然如此，不要动太多脑筋，把二把手做好就OK。
所以说我们要重视厂商共赢这样一个概念。
经销商和厂家的关系，在最早的批发时代（也叫闪货时代），是一手交钱一手交货的交易型，两者之间的合作是松散性的，今天可以批发你的，明天可以批发他的。
近几年的发展趋势，是厂家总部对经销商的掌控、经销商对终端的掌控、终端对消费者的掌控，越来越强了。
通过什么方式掌控呢？
专卖店形式。
这几年基本上形成了一种趋势，只要是大品牌一定有专卖店。
很多牌子挤在一个店里卖，就等于告诉人家，它们都不是大品牌。
大品牌在商超要开专厅，在好的商圈要开专卖店。
这样做，就是总部通过掌控经销商、掌控终端，来掌控消费者。
如此，在上游就形成了一个战略联盟关系，你也好，我也好，大家一起好，这才是真正的厂商共赢的局面。
3.厂商共赢是品牌发展的需要厂商共赢还是品牌发展的需要。
品牌不单单是厂家总部一方面的事情，经销商、终端门店都要为品牌作出贡献，因为我们强调的是四轮驱动，经销商跟总部共同努力把品牌做好，才能出现厂商共赢的局面，只有厂商共赢，大家才能一起壮大品牌。
这就是我们说的，没有销售就没有品牌，没有网络就没有品牌。
要把网络和销售做好，前提就是厂商共赢，只有厂商共赢了，品牌才能够发展和壮大。

编辑推荐

向总部品牌借力，经销商专业化形象，专业化能力，公司化运营，视觉营销，深度营销，顾问式销售，一切从经销商利益出发，为经销商量身打造的专业化实战手册全部是一线的实战经验。
不要哩论，不讲空话，即学即用。

第一图书网, tushu007.com

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