

<<中国市场终端报告>>

图书基本信息

书名：<<中国市场终端报告>>

13位ISBN编号：9787801973184

10位ISBN编号：7801973186

出版时间：2006-1

出版时间：企业管理出版社

作者：李颖生，林三卓编

页数：342

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>

<<中国市场终端报告>>

内容概要

本书根据十一个大品类行业的特性和终端发展形态，对终端的基本类型、分布格局、特点进行了描述，指出了终端的发展和演变趋势，并关注新终端、新形态；同时通过分析企业、商家、消费者和竞争者在终端的相互关系和力量博弈，提出了企业终端动作的关键要点及战略战术。

本书特点：全面阐述和剖析各行业终端现状，揭示终端的战略观点和运作细节，选取了大量有效、实用的案例。

<<中国市场终端报告>>

作者简介

李颖生，著名营销及传媒专家，《销售与市场》杂志创办人，现为河南新华营销传媒集团总裁、《销售与市场》杂志社社长兼总编辑。
出版专著多部。

<<中国市场终端报告>>

书籍目录

第1章 汽车第2章 手机第3章 医药保健品第4章 日化洗涤用品第5章 化妆品第6章 酒第7章 食品饮料第8章 建筑陶瓷第9章 家电第10章 服装第11章 IT产品

<<中国市场终端报告>>

章节摘录

强势品牌选择销售终端的策略：海纳百川，大网络覆盖大市场。

像诺基亚、摩托罗拉等手机强势品牌，产品线覆盖高、中、低端，为了保持全线产品销量的增长，不可能依托单一类型的销售终端，必然要选择混合型的销售终端网络。

弱势品牌选择销售终端的策略：有所为而有所不为。

对于没有能力自建终端的品牌，不得不依赖总代理的终端或大卖场终端。

在这种情况下，遍地开花的终端对于弱势品牌来说不太现实。

<<中国市场终端报告>>

媒体关注与评论

媒体推荐预测终端演变趋势，描述行业终端特点，探讨终端战略战术！

“做终端找死，不做终端等死”——你的企业处于这种状况吗？

日化行业中的舒蕾之所以能从宝洁、联合利华的坚冰覆盖中破冰而出，手机行业中的波导之所以能够在诺基亚、摩托罗拉的围攻中成功抢夺份额，关键都在于它们能够根据当时的终端发展状况，实施行之有效的终端攻略。

<<中国市场终端报告>>

编辑推荐

本书旨在有助于市场营销人员充分认识自身所处行业的终端形态发展，启发终端运作思路，提升销售业绩。

<<中国市场终端报告>>

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>