

<<销售网络建设与管理>>

图书基本信息

书名：<<销售网络建设与管理>>

13位ISBN编号：9787505846715

10位ISBN编号：750584671X

出版时间：2005-3

出版时间：经济科学

作者：麦肯思特营销顾问公司 编

页数：275

字数：230000

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>

## <<销售网络建设与管理>>

### 内容概要

揭秘顶级营销总监、销售经理和区域主管如何营建高效、稳定的销售网络，提升销售业绩。

近些年来，随着销售市场竞争日趋激烈，销售网络与渠道成为诸多企业竞争致胜的切入点。

与此同时，原有销售网络的不稳定性对企业稳健发展所造成的局限和威胁也逐渐显现，如何重新整合销售网络成为了企业热切关注的话题。

本书详细介绍了销售网络建设策略、网络通路成员选择、销售网络管理流程、销售网络成员评估与改进等具体策略与运作方法，可帮助广大销售经理、营销经理建立一个有效的销售网络，使企业在激烈的市场竞争中脱颖而出，并持续、稳定地发展。

## <<销售网络建设与管理>>

### 书籍目录

第一章 认识销售网络 一、销售网络的作用 二、销售网络的组成 三、销售网络成员关系第二章 销售网络的设计 一、影响销售网络设计的因素 二、销售网络设计的目标 三、分销渠道的选择 四、合理分配成员任务 五、选择适合自己的分销模式第三章 分销商的选择和评价 一、选择分销商的原则 二、客观地评价分销商 三、选择分销商的方法 四、选择分销商的误区第四章 销售网络的构建(一) 一、日用消费品销售网络 二、生产资料销售网络 三、服务产品销售 四、高新技术产品销售网络 五、医药行业分销网络的构建第五章 销售网络的构建(二) 一、食品行业销售网络 二、服装行业销售网络 三、家电行业销售网络第六章 销售网络的构建(三) 一、新产品上市期的销售网络 二、产品成长期的销售网络 三、产品成熟期的销售网络第七章 销售网络相关政策 一、符合流通需要的产品政策 二、合理的弹性价格政策 三、有效提高销量的促销政策 四、充分发挥效应的品牌政策 五、积极有效的人员推广政策 六、确保货物流通的物流政策第八章 销售网络的分销模式第九章 分销商的控制与激励第十章 销售网络的终端管理第十一章 销售网络的回款管理第十二章 销售网络的冲突管理第十三章 销售网络的诊断与评价第十四章 销售网络的调整与创新

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>