第一图书网, tushu007.com

<<直销营销一本正经>>

图书基本信息

书名：<<直销营销一本正经>>

13位ISBN编号：9787806979617

10位ISBN编号：7806979611

出版时间：2007-7

出版时间：海天

作者：李野新

页数：287

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

<<直销营销一本正经>>

内容概要

本书第一次全面深度解读了中国招商产业的拐点现象和新招商模式，从当前招商市场的现状解析，到招商中的种种误区和陷阱揭秘；从招商困局突围，到招商模式创新；从招商产品选项，到产品力打造技术；从招商战略规划，到招商细节落实；从传播策划攻略，到样板市场打造；从招商团队管理，到招商会议组织；从谈判签约实务，到招商市场管理，都进行了系统高效的实战总结和引导。

第一图书网, tushu007.com

<<直销营销一本正经>>

作者简介

李野新，中国资深品牌爆冷实战专家；古今中外智业传播机构创始人；中国生产力协会专家委员会专家；北京大学管理案例研究中心特聘讲师，十余年健康产品营销实战经验，北京大学医药行业EMBA，是理论与实践双栖实力派营销专家；首届中国企业职业经理人“中国十大最具影响力职业CEO”之一；“中国十大杰出营销经理人”之一：历任远东药业集团总裁，东北虎药业‘香港上市公司’总裁，修正药业集团生物公司总经理助理、策划总监、营销常务副总经理等高层管理职位、系博锐管理在线、华夏营销网、中国营销传播网、中国培训师网、中国策划专业网、中国直销传播网等30多家专业营销网站特约专家和专栏作者。

第一图书网, tushu007.com

<<直销营销一本正经>>

书籍目录

第一篇：招商营销现状解读　第一章：招商营销模式解读　一、招商营销发展历程　二、招商模式本质解读　三、招商营销价值意义　四、招商五大基本类型　五、招商八大关键因素　六、招商六大基本规律　第二章：招商营销现状解读　一、招商企业越来越多　二、成功招商越来越少　三、招商广告效果降低　四、招商信用危机严重　五、招商成本越来越高　六、招商产品同化严重　七、招商团队执行力差　八、高质代理商数量少　第三章：招商营销误区解读　一、战略规划误区　二、产品策划误区　三、招商政策误区　四、团队组建误区　五、媒体传播误区　六、招商形式误区　七、招商心态误区　八、样板市场误区　九、管理服务误区　十、博弈沟通误区　第四章：招商营销陷阱揭秘　一、招商广告陷阱　二、招商产品陷阱　三、招商承诺陷阱　四、招商品牌陷阱　五、招商会议陷阱　六、招商政策陷阱　七、招商样板陷阱　八、招商任务陷阱　九、招商合同陷阱　十、招商套现陷阱第二篇：招商营销突围战略　第一章：招商营销趋势解读　一、招商战略发展趋势　二、招商形式发展趋势　三、招商模式发展趋势　四、招商政策发展趋势　五、招商广告发展趋势　六、招商管理发展趋势　第二章：招商营销实战突围　一、中国本土经销价值链　二、失败招商的五种心态　三、招商营销的突围理念　四、招商突围的招商策略　五、招商突围的关键环节　六、成功招商过好六道关第三篇：招商营销实战攻略　第一章：招商政策制定攻略　一、制定政策的理念　二、确定目标经销商　三、经销商需求分析　四、招商政策的制定　第二章：招商营销产品攻略　一、产品行业市场调研　二、招商产品甄选原则　三、适宜招商产品特征　四、不适合招商的产品　第三章：招商盈利模式攻略　一、招商盈利模式概念　二、招商盈利模式特点　三、招商盈利模式举例　四、招商盈利模式突围　第四章：招商团队管理攻略　一、组建团队意义　二、组建团队方法　三、招商团队组织　四、招商团队招聘　五、招商团队培训　六、招商管理流程　七、招商团队管理　第五章：招商传播策划攻略　一、招商市场定位　二、招商传播模式　三、招商企业形象　四、招商产品包装　五、提炼核心卖点　六、独特销售说辞　七、制定招商物料　八、招商广告要点　九、招商传播内容　十、招商市场造势　十一、招商媒体选择　十二、招商传播频率　十三、招商费用预算　十四、招商传播要点　第六章：样板市场打造攻略　一、样板市场目的　二、样板市场要求　三、样板市场选择　四、样板市场维护　五、样板市场策略　六、样板市场检核　七、样板市场修正　八、样板市场误区　九、样板注意事项　第七章：招商会议运作攻略　一、招商会的目的　二、招商会的包装　三、会前细节筹备　四、会中精耕细作　五、会后积极跟进　六、招商会重点环节　七、招商会常见问题　八、招商会注意事项　第八章：招商谈判实战攻略　一、招商谈判的流程　二、招商会谈的准备　三、招商会谈的议程　四、招商谈判的内容　五、经销商关注问题　六、谈判应注意事项　第九章：招商合同签订攻略　一、招商合同中十大最关键条款　二、签订招商合同应注意的事项　三、突破招商合同毁约困局方略　附：招商合同样稿举例　第十章：招商市场管理攻略　一、伙伴型经销商的意义　二、管理经销商　三、渠道激励办法　四、考核经销商　五、调整经销商　六、招商服务方略　七、培训经销商　八、使经销商成为战略伙伴的方法参考文献

第一图书网, tushu007.com

编辑推荐

《新招商营销:一本正经》由海天出版社出版。

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