

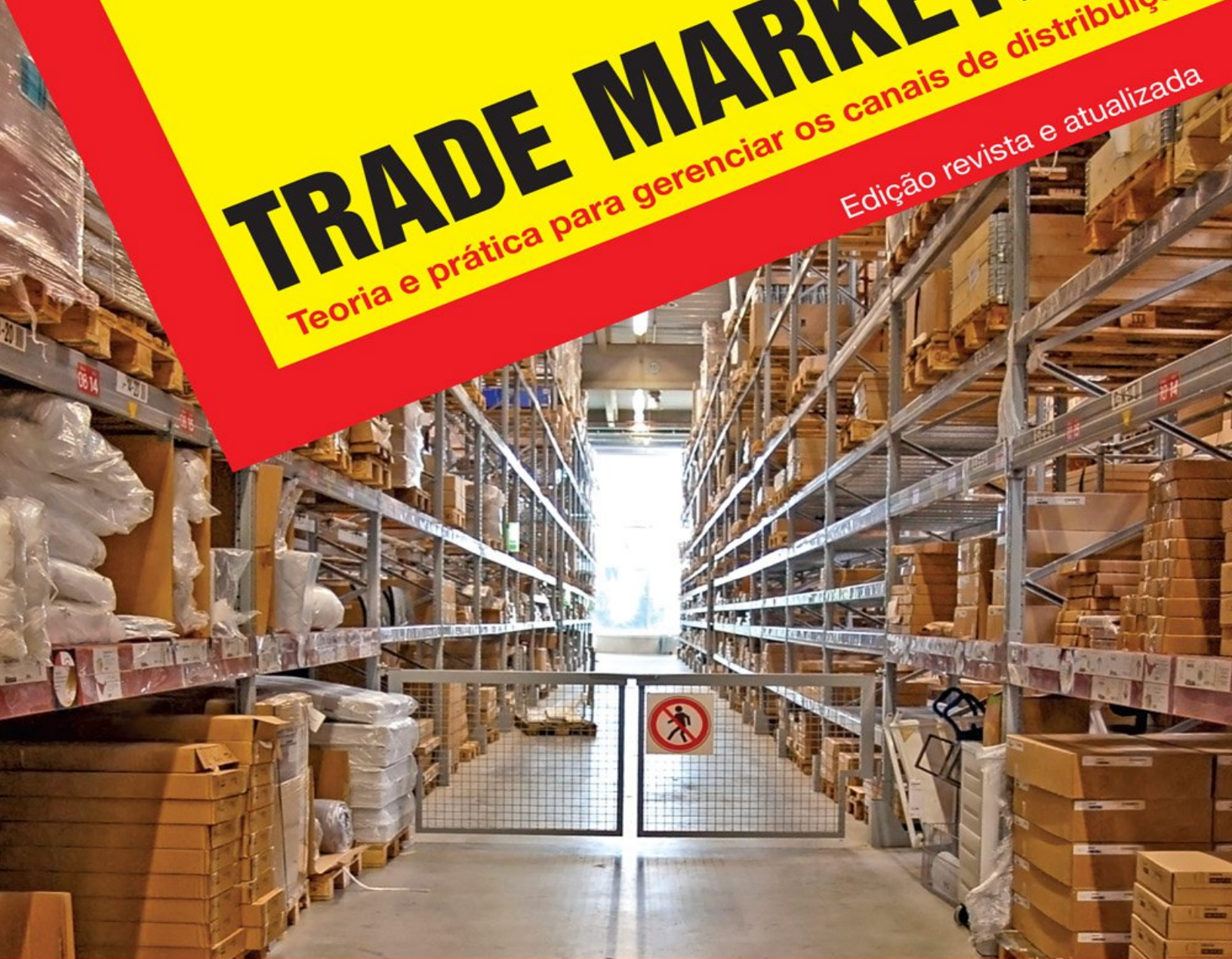


**RODRIGO MOTTA
NEUSA SANTOS
FRANCISCO SERRALVO**

TRADE MARKETING

Teoria e prática para gerenciar os canais de distribuição

Edição revista e atualizada



Prefácio de Manoel Machado



Resumo de Trade Marketing

O livro traz ao leitor a evolução dos canais de distribuição no MUNDO e no Brasil, que foi decisiva para o surgimento do trade marketing, as estratégias de trade marketing utilizadas pelas indústrias, que envolvem os 4 Ps (produto, preço, promoção e ponto de venda), e os indicadores utilizados para mensurar a efetividade dessas estratégias.

Os autores tratam também da estrutura e da gestão de um depto. de trade marketing, assim como do perfil dos profissionais da área, necessário para implementar as estratégias. A obra oferece ainda uma reflexão sobre as perspectivas de trade marketing.

[Acesse aqui a versão completa deste livro](#)