

消费品渠道管理与业绩提升

亲身操盘的案例，告诉你如何做好消费品渠道与业绩提升

适合对象：

消费品企业市场与销售团队

学员收益：

1. 掌握消费品渠道营销的关键因素
2. 学习先进的消费品营销手段与方法

培训时间：

2天

培训讲师：

陈旻

准达商学院高级讲师

采纳北京公司总经理



中国第二代实战派品牌营销专家！

致力于打造最适合国内企业的“中国式营销”！

工商管理硕士，现任中国品牌研究中心专家组成员，澳中教育交流协会营销专业首席专家。多个消费品品牌操盘手。

现任北京准达咨询策划总监、采纳北京公司总经理，并担任山东奥星集团、陕西西凤集团、河南矛盾集团、金星啤酒、山东金正大集团、板城烧锅酒、北京华都酒业、鲁花集团等十余家企业的品牌与营销顾问。

课程大纲：

主题	核心内容	培训提纲
站在渠道的角度 分析渠道	经销商不需要更低价格的产品，也不要更高利润的产品，他们需要的是能够动销的产品，更需要的是让销售动起来的方法。	<ul style="list-style-type: none"> ● 快消品渠道深度解析 ● 快消品经销商深度解析
渠道管理与服务	厂家和渠道绝不是买卖关系，而是合作关系，市场需要共同开发，终端需要共同维护，如何进行渠道分工？如何进行渠道管控？	<ul style="list-style-type: none"> ● 建立高效的渠道体系 ● 渠道服务与管理 ● 如何建立良好的厂商合作 ● 如何帮助经销商设计经营思路 ● 3种经销商合作模式：深度分销、直分销、盘中盘

<p>区域市场业绩提升</p>	<p>区域市场业绩是企业整体销售业绩的基础。做好终端布局、产品组合、基础推广、经销商帮扶等基础工作是提升业绩的先决条件</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 区域市场的分类与终端布局方法 ● 区域市场厂商如何合作与分工 ● 根据区域市场特点组合产品线 ● 区域市场推广与传播
<p>终端管理与终端生动化</p>	<p>终端管理需要做好基础工作，并抓住关键点，同时需要调动经销商的积极性。有效的终端工作能大幅提升销售业绩</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 商超、流通等不同类型终端经营特点深度解析 ● 终端基础管理 6 件事 ● 终端生动化操作基础与技巧
<p>综合训练</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 分小组设计一个区域市场渠道管理与动销方案 ● 讲师点评及答疑 	
<p>案例</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 河北某消费品企业的 08 终端布局规划 ● 金源食品的渠道构建 ● 陕西富源商贸的架构与管理 ● 朗维的华北市场突破 ● 今世缘的事件营销 ● 辽宁某企业的低成本推广模式 	

授课风格：

实战实效，现场互动，关联案例剖析，课堂解决现实难题

专家观点：

——助你赢得下一场战斗的，才是真正的英雄。

——适合的，才是最好的！

客户评价：

1、陈老师的课很好，解决了很多我平时经常遇到，但是不知道怎么解决的问题。
—— 西凤集团 田崇军

2、陈老师的培训课程对品牌的推广揭示了一些具体可行的方法，容易理解，
谢谢！
—— 山东健元集团总经理 姜元义

3、陈老师的品牌课讲得很不错，一听就知道是实战派的企业实用课程。
—— 河北今中道集团总经理 冯占峰

4、很有收获，针对性很强。通过陈老师的课，我们学到了很多实用的营销方法。
—— 宁夏红集团 高涛