
三四级客户开发与多品促销管理

第一部 三四级客户开发事务

- 1、国内市场三四级客户的特点
 - a) 认识三四级市场的渠道特点
 - b) 了解三四级经销商的优劣
 - c) 典型案例分析
- 2、主要合作模式与开发策略设计
 - a) 不同市场类型与渠道特征下的合作模式选择
 - b) 选择三四级客户的选择标准
 - c) 具体开发与洽谈步骤与要务
 - d) 典型案例分享
- 3、如何达成合作的操作要点
 - a) 了解客户合作动机和具体需求
 - b) 做好具体的市场交接与客户转换
 - c) 如何帮助和促进三四级客户的顺利启动
 - d) 典型案例分享
- 4、客户开发中的主要问题与具体对策
 - a) 就与三四级客户开发中遇到的具体问题，与学员进行研讨

第二部 多品促销管理

- 5、多品促销运作的难题与要点
 - a) 多品促销运作中的主要难题
 - b) 多品促销的协同要求与解决思路
 - c) 典型案例分享
- 6、多品促销的策略设计
 - a) 多品促销的常用策略与活动形式
 - b) 基于市场与产品节奏的促销策略组合与动态调整
 - c) 各级促销政策设计要点
 - d) 相关案例介绍
- 7、具体促销组织与执行要点

-
- a) 如何做好具体促销执行计划
 - b) 有效调动经销商与终端的参与配合
 - c) 做好多品促销执行的全过程管理
 - d) 促销效果的评估与持续改进
 - e) 案例介绍

8、互动研讨

就实际市场运作中遇到的具体问题，与学员进行研讨