
区域渠道精耕与终端运作实务

一、 做好区域市场的分销网络规划 (1.0小时)

- a) 国内市场渠道现状及发展趋势分析
- b) 如何解读区域市场渠道格局
 - i. 中心市场终端业态结构与竞争格局
 - ii. 周边次级市场的渠道结构与特点
- c) “中心造势、周边取量”的渠道布局
 - i. 自营为主的中心市场渠道构建
 - ii. 基于“内占与外占”平衡的网点布局
- d) 典型企业案例分享

二、 区域经销商开发策略与维护实务 (1.5小时)

- a) 不同类型经销商合作策略设计
- b) 做好经销商的选择与开发
- c) 如何打造亮点终端，树立标杆客户
- d) 建立“四定”经销商的日常维护体系
- e) 有效牵引和激发经销商的协同与配合
- f) 经销商管理中主要问题与应对策略

三、 自营渠道的建设与管理 (1.0小时)

- a) 自营渠道的主要问题与原因分析
- b) 3C 卖场合作策略与运作技巧
- c) 建立对应的管理体系和运营职能
- d) 自营专业团队的组建和管理
- e) 案例分享：
 - i. 某家电经销商的3C终端运作经验

四、 终端形象提升与维护实务 (2.0小时)

- a) 把握终端运作的关键要素
- b) 从展示到演示，构建情景化终端
- c) 终端竞争的“抢、逼、围”，力压对手
- d) “月月有主题、周周有活动”的终端促销
- e) 终端日常维护主要内容与相关方法
- f) 案例分享

五、 打造高绩效终端导购团队 (1.0小时)

- a) 导购员管理中主要误区分析

-
- b) 认识“85后”为主的员工管理特点
 - c) 做好导购员的“招、用、育、留”
 - d) 简明有效的考核与激励，提升终端执行力
 - e) 内部良性PK，激发团队激情与斗志
 - f) 案例分享
 - g)

六、 现场互动研讨 (0.5小时)

结合市场实际运作与课程要点进行提问与研讨