

---

# 快速消费品通路建设运营与管理实务

主讲：崔自三

## 模块一、认识通路

### 1、六个基本概念

- 通路（渠道）
- 渠道长度
- 渠道宽度
- 分销广度
- 分销深度
- 渠道系统

### 2、渠道的五大价值

### 3、渠道的九项基本功能

### 4、渠道的五大流程

### 5、渠道成员

- 渠道成员及角色定位
- 中间商的五大类型

### 6、五种典型的渠道分销模式

## 模块二、通路设计

### 1、渠道设计的三大关键因素

- 产品特点
- 生产情况
- 市场情况

### 2、渠道设计的五大步骤

- 第一步：分析消费者的服务需求
- 第二步：确定渠道目标
- 第三步：列出渠道备选方案
- 第四步：评估备选方案
- 第五步：最终确定渠道方案

### 3、渠道的长度设计

### 4、渠道的宽度设计

### 5、渠道的广度设计

### 6、渠道的系统设计

### 7、快速消费品行业三种典型渠道模式分析

### 8、快速消费品行业渠道发展五大趋势分析

## 模块三、通路开发与建设

### （一）批发商开发

---

## 1、分销商开发四步法

- 激发兴趣
- 筛选
- 会谈
- 现场考察

## 2、九大考核指标及评估表格

## 3、开发与谈判技巧

### (1) 正确理解谈判

- 业务人员应有的观点
- 谈判高手的六项基本素质
- 谈判的定义及内涵
- 谈判的5W2H
- 谈判的六项基本原则
- 谈判的三项基础流程

### (2) 谈判前的准备

- 评估与目标设定
- 营造良好氛围

### (3) 谈判中的七类技巧

- 介绍及开场的五大技巧
- 积极聆听的七个技巧
- 三大提问技巧
- 捕捉身体语言的两大技巧
- 提出建议的三大技巧
- 回应提议的两大技巧
- 说“不”的四大技巧

### (4) 常见的九大谈判招数及破解方法

- 保持沉默
- “哭穷、诉苦”+“指责、抱怨”
- 吹毛求疵
- 红脸/白脸
- 我的职权有限
- 控制反应时间
- 各让一步
- 态度强硬
- 最后通牒

### (5) 结束谈判

- 结尾与总结的五个注意事项
- 促成签约的六大技巧

## 4、签订完善的合作协议（18项基础范本）

### (二) 零售商开发的三大沟通层面

#### 1、利润

#### 2、效果

#### 3、品牌

### (三) 如何实现县乡快速有效铺货

---

## 1、现行铺货的四大误区

- 误区一：铺货就是卖货
- 误区二：铺货就是促销
- 误区三：铺货是对方的事
- 误区四：铺货就是送货

## 2、有效铺货过四“关”

- 产品要铺到客户终端
- 产品要实现生动化陈列
- 分销商乐于推销
- 完成从商品到货币的“惊险”转化

## 3、从铺市到铺“心”

- 铺市的终极意义
- 铺市与铺“心”的根本区别
- 从铺市到铺“心”的三大操作步骤

## 4、有效铺货流程及实战操作技巧

- 铺货路线的设计
- 有效铺货的基础流程
- 铺货产品陈列标准
- 铺货标准话术
- 铺货疑难问题化解技巧

## 模块四、通路管理与维护

### 1、通路管理的十大常见误区

### 2、通路销售人员业绩评估九大指标

### 3、分销商日常管理的七项基本工作

- 采用合理的通路结构
- 指导分销商发货
- 谨慎管理信用额度
- 协调出货价格及铺货范围
- 协助搞好终端客情关系
- 站在伙伴的角度了解分销商的困难
- 提供有效的培训

### 4、通路管理五大重点难点突破

#### (1) 终端陈列“跳”出来

- 门头形象化
- 产品陈列生动化
- 宣广用品精细化

#### (2) 促销策略及技巧

- 渠道促销技巧
- 消费者促销技巧

#### (3) 货款催收技巧

- 货款催收“连环八式”

#### (4) 窜货预防及处理技巧

- 常见的三大窜货类型及处理

---

➤ 控制窜货五字诀：控、讲、收、罚、帮

**(5) 终端价格战预防及处理**

➤ 建立分销联合体

➤ 模糊返利制度

➤ 季度/年度返利制度