
《区域为王—高效的区域市场开发与管理技能提升训练营》

主讲：崔自三

破冰游戏：分组：队长、队名、口号、队歌
培训结束，评出优胜组、先进个人，并进行奖励

第一部分：区域市场开发目标确定与开发思路

一、区域营销目标的确定

- 1、销售目标
- 2、利润目标
- 3、产品结构
- 4、铺货率

二、区域市场的划分

- 1、市场的分类
- 2、选择适合的市场
- 3、锁定目标市场

三、区域市场开发操作总体思路

- 1、区域市场开发原则
- 2、要争取快速切入，短期内确立领导者地位
- 3、借助渠道资源优势，顺势而为
- 4、提供比对手更高性价比的产品
- 5、认真调查和研究区域市场
- 6、确定首批开发的重点市场（列表）
- 7、区域市场渠道模式及渠道客户的选择和管控

案例讨论：某食品企业区域市场开发为何折戟沉沙？

第二部分：区域市场的有效开发及其管控

一、新市场开发主要工作内容

- 1、新市场的市场状况调查
- 2、重点区域市场的开发与队伍建设
- 3、二、三级市场经销商的寻找、评估与确认
- 4、协助经销商启动市场（协销、深度分销、促销等）

二、区域市场开发的流程（图）

- 1、区域市场开发的四大流程
- 2、区域市场开发计划的编写

三、新市场市场状况调查

- 1、市场调查
- 2、市场分析

3、市场容量预测

链接：如何预测区域市场容量？

四、区域经销商（代理商）的开发

- 1、区域经销商开发与设立的流程
 - √区域市场开发六大流程
- 2、潜在经销商资料来源
 - √根据招商广告所得
 - √通过市场摸排，终端逆向追踪所得
 - √通过当地媒体广告、黄页、工商等途径获得
- 3、准经销商的有效评估
 - √能力考察标准（附表）
 - √实力考察标准（附表）
- 4、经销商的选择标准
- 5、经销商的培训

链接：区域市场开发的五个注意事项

五、区域分销网络（终端）的开发

- 1、经销网络开发三大流程
- 2、终端的分类
- 3、当地零售渠道能力描述
- 4、终端的锁定与开发计划

附表：《终端开发计划表》

《重点终端考评表》

六、区域中间商的维护与深度帮控

- 1、中间商维护的准则与要求
 - √客情关系维护的基本准则
 - √与中间商维护关系的基本要求
 - √市场人员与中间商合作“八大注意事项”
- 2、对中间商深度帮控的基本内容与指标
 - √提高中间商终端覆盖率与动销率
 - √充分帮助中间商实施好本地化策略
 - √进一步提升企业及产品的品牌形象
 - √提高业务人员、营业员的“临门一脚”能力
 - √提高企业的市场反应速度
 - √控制中间商的“出轨”行为
- 3、对区域中间商服务的规范要求
 - √实行档案化管理

√实行有计划化的管理

√管理与协销同步

√量化管理

七、市场寻访人员的工作内容与管理

1、市场巡访人员日常工作内容与要求

2、市场巡访工作内容与要求

√卖场、商超、连锁超市、便利店类终端管理内容与要求

√经销商所属终端的管理内容与要求

3、业务人员日常巡访工作规范

4、日常巡访注意事项

附表：

《市场巡访人员工作日报表》

《终端工作检核表》

《经销商沟通情况记录表》

《业务员工作周报表》