
《中小企业有效打造区域样板市场技能提升》

主讲：崔自三

导言：

企业为什么要打造样板市场？
什么是样板市场？

一、样板市场对于企业“临门一脚”的作用

- 1、增强营销人员信心
- 2、给渠道商树立榜样
- 3、稳定市场、稳定企业发展根基
- 4、增量增效益
- 5、总结模式进行复制

二、样板市场打造必须遵循的四大原则

- 1、资源聚焦
- 2、着眼未来
- 3、精耕细作
- 4、滚动发展

三、区域样板市场打造营销组合策略制定

- 1、产品策略
 - √坚持差异化
 - √推出“炮灰”型产品
 - √巧妙的产品组合
- 2、价格策略
 - √渗透定价、撇脂定价双管齐下
 - √清晰的产品价格带
 - √敢于竞价
- 3、渠道策略
 - √渠道多元化
 - √渠道扁平化
 - √终端执掌化
 - √渠道创新化
- 4、促销策略
 - √向市场要促销资源
 - √厂商携手做促销
 - √促销设计的5w2h
 - √“另类”的促销招式
- 5、管控策略
 - √严格市场秩序及规定
 - √建立服务体系及制度
 - √严管重罚靠执行
- 6、团队策略

-
- √打造狼性营销团队
 - √建立一线“指挥部”
 - √早、中、晚会的召开
 - √强化培训，人人皆成培训师
 - √树立正反两方面的榜样
 - √注重绩效考核及即时激励

案例解读：某乳业公司区域样板市场打造方案详析

四、区域样板市场打造的六定法则

1、定区域

遵循五大原则

- √区域经济发展水平相对较高
- √人口多，消费基数庞大
- √区域交通发达，适合大进大出
- √区域经济环境相对宽松，企业施展和发挥的空间较大
- √区域具有对周边的辐射、影响和带动作用

2、定市场

- √该市场资源最好先前没有遭到破坏
- √该市场经销商要实力雄厚
- √经销商有丰富的网络资源
- √经销商与厂家有共同的愿景
- √该市场极具代表性

3、定目标

- √网点开发目标
- √乡镇市场开发目标
- √销量目标
- √利润目标

4、定产品

- √区域产品的属性
- √产品区域定位
- √产品结构的搭配

5、定人员

- √建立、健全营销组织
- √实行专人、专项开发、打造计划
- √从上至下，制定严格的奖惩激励政策

6、定模式

- √价格战
- √促销战
- √空中战
- √新模式

案例解析：某企业样板市场打造促销活动设计

精彩案例再现：某中美合资企业样板市场打造快速提升销量解读