

课程大纲

【课程名称】 4G 市场渠道建设与管理

【课程时长】 1 天（6 小时）或 2 天

【讲师推荐】 李翔宇

【课程收益】

- 了解电信业渠道主体的特征与差异
- 学习电信业渠道设计要素与模型
- 学习从电信业渠道现状入手提升效率
- 了解经销商的管理方法及渠道终端操作技巧

【课程大纲】

一、渠道基础知识与电信业渠道

- ◆ 营销渠道与营销竞争力
- ◆ 营销渠道的功能
- ◆ 营销渠道类型
- ◆ 电信业营销渠道的功能、类型
- ◆ 中国电信业渠道发展的历史沿革及趋势
- ◆ 当前中国电信业渠道存在的问题
- ◆ 4G 市场特点及带来的挑战

二、电信业渠道的最佳设计

- ◆ 渠道设计的影响因素
- ◆ 渠道主体及其特征差异
- ◆ 电信业渠道设计模型
 - 竞争

- 客户
- 业务
- ◆ 电信业渠道设计的要素
 - 分销模式
 - 渠道主体
 - 结构与层级
- ◆ 渠道设计的动态调整及其管理

案例：几个电信运营商的渠道体系

三、电信业关键渠道的效率提升

- ◆ 现状与问题
- ◆ 趋势与目标
- ◆ 效率提升方案
 - 直销渠道
 - 自办渠道\合作渠道
 - 指定专营店
 - 卖场
 - 无门头店
 - 电子渠道
 - 合作渠道
- ◆ 创新的管理模式

案例：某电信运营商的渠道效率提升方案

四、强化经销商的管理

- ◆ 渠道管理决策

- 选择渠道成员
- 激励渠道成员
- 评价渠道成员
- 渠道改进安排
- ◆ 渠道的合作、冲突和竞争
 - 渠道冲突和竞争的类型
 - 渠道冲突的原因
 - 渠道冲突的管理
- ◆ 几种管理冲突的机制
- ◆ 经销商的维护、服务方法与技能

案例：联想的分销渠道及其管理

五、电信渠道终端操作技巧

- ◆ 渠道终端管理七步法
- ◆ 渠道掌握技巧
 - 远景掌控
 - 品牌掌控
 - 服务掌控
 - 终端掌控
 - 利益掌控