

---

# 《经销商公司化运营发展》

主讲：吴兴波

## 前 言

- ✦ 为什么有的经销商越做越大，而有的经销商却生意萧条、频遭淘汰、关门大吉？
- ✦ 为什么有的经销商依然在低端市场混战，而有的经销商却在高端市场风光无限？
- ✦ 为什么有的经销商在价格战中苦苦挣扎，降价促销一降再降销量却没有明显增长？
- ✦ 为什么经销商的心态、思路、管理跟不上市场的发展？
- ✦ 如何认识市场的机遇与挑战？如何做到屹立不倒，而且能够越做越好？
- ✦ 如何解决遇到的营销管理问题？如何跟上市场发展，及时调整营销思路和营销策略？
- ✦ 如何不断创新营销，不断发展？《经销商公司化运营发展》与您一起探讨答案！

## 课程类别

市场运营、经营管理、市场管理、团队管理

## 课程对象

企业经销商、企业代理商、企业加盟商

## 课程形式

专题讲授/互动问答/案例分析/视频分析/现场讨论

## 课程时间

2天，每天不少于6标准课时

## 课程纲要

### 第一部分：环境篇—经销商市场环境变化

#### 第一讲：行业现状及未来发展趋势

1. 行业市场现状及经销商经营现状调查
2. 当前市场环境的竞争分析与行业未来发展趋势
3. 未来市场还会不会机会主义，市场机会在竞争中失去优势后我们凭什么生存和发展？
4. 经销商“坐商”到“行商”“跑商”的经营变迁，如今是否还行得通？
5. 行业在发展，厂家在进步，厂家与经销商要共同进步，经销商落后会如何？
6. 与时俱进 - 适合市场需要，才能快速发展
7. 经销商下一步商机\危机何在，现状及未来发展趋势是什么？

#### 第二讲：中国经销商的未来发展趋势

1. 发展才是硬道理，经销商的自我定位
2. 经销商全局性战略思维与大局思维

- 
3. 中国经销商的未来发展趋势—公司化运营
  4. 如何设计适合你的公司化模式
  5. 经销商公司化运营发展的五个思考方向

## 第二部分：经营篇—经销商区域品牌打造

### 第一讲：经销商市场运营发展规划

#### 一、经销商市场的拓展规划

1、经销商市场有多大？定价定天下：薄利多销是一场骗局

探讨分析：你营销定位是什么？能否聚焦目标客户？

2、经销商市场拓展误区：“散弹打鸟”

3、经销商市场拓展误区：“捡到篮子里都是菜”

4、经销商市场拓展应该做好“一盘棋”规划

#### 二、经销商市场的运营发展规划

1. 到哪里去（目标）？怎样去（策略）？和谁一起去（团队）？

2. 确定产品战略规划，整合现有资源做减法找准定位

3. 总体目标规划与管理

4. 经销商月度目标执行控制要点

5. 控制的目标是结果，发现题及早解决，先治标再治本

### 第二讲：经销商区域品牌打造

#### 壹、经销商区域品牌的五度空间

1. 知名度

2、满意度

3、认可度

4、忠诚度

5、信赖度

#### 贰、经销商区域品牌策划的四率

1、曝光率

2、转化率

3、成交率

4、转介绍率

#### 参、经销商区域品牌的打造策略

1. 王老吉与加多宝的市场之争，老大和老二打架老三死了

2. 格力造就美的，跟第一名发生关系，傍大款该怎么傍

3. 营销策划广告的核心：有创意+接地气

4. 找到并培育具备“植入”的土壤，植入式营销就是植入认同

5. 润物细无声的植入目标客户认同的符号

案例分析：现场讨论我们自己的广告语

## 第三部分：营销篇—业绩倍增营销经营管理

### 第一讲：区域市场的运营管理

1. 横向扩张，建立营销根据地市场

2. 打好目标客户市场攻坚战五大原则

3. 纵向挖掘老客户再消费的三大方法

4. 优化 KPI 重点客户的两项策略

---

5. 如何让淡季不淡，如何同竞争对手竞争

第二讲：门店销售业绩倍增经营管理

一、经销商门店经营管理

1. 位置

2. 经销商形象

3. 营销与宣传（终端）

二、门店销售业绩倍增运营管理

1. “有没有人”——人在哪里出现？

2. 如何做好终端销售？

3. 外部吸引客流量的方法

4. 如何快速提高进店率

5. 店门口如何做品牌宣传广告

6. 内部创造氛围留住目标客户的分析

7. 销售团队成交的状态分析

**第四部分：管理篇——经销商公司化运营管理**

第一讲：精兵强将式团队打造

1. 你的团队是“ $1+1 > 2$ ”还是“ $1+1 < 0$ ”？

2. 关于蚂蚁军团的思考，团队的力量启示

3. 大雁（视频短片）的团队管理启示

4. 团队的特征、概念、意义

5. 团队的五要素（5P）

6. 团队的核心是什么？

7. 团队建设的四个层面

探讨：你要“特种兵”还是“特种将”？

第二讲：经销商团队运营管理

壹、建立团队管理机制

1. 六只猴子的团队案例

2. 透视执行的现象和本质

3. 能否扳道岔的执行分析

二、选择你的管理风格

2. 管理的真谛是什么

3. 认知“管理就是通过别人完成工作”的意义

4. 管理与领导的区别

5. 什么是领导力？领导力就是影响力，就是不动用权力让人追随你的能力

6. 团队管理的领导艺术

**第五部分：共赢篇——厂商携手共赢天下**

一、发展才是硬道理

1. 大市场下的经销商发展要有方向感

2. 共同成长才能共同发展

3. 借势发展，厂商共赢才能更好发展

二、增进厂商关系的八大方法

方法1、把厂家的产品当成自己的产品培养

方法2、绝对支持厂家新品推广

……

---

方法 6、邀请厂家高层到经销商市场考察；；

方法 7、处理好与基层销售人员的关系；

方法 8、特殊情况下帮助销售人员冲业绩

探讨：厂家配合经销商还是经销商配合厂家

三、经销商获得厂家支持的十大理由

理由 1、靠销量说话

.....

理由 9、应对区域竞争对手

理由 10、做好市场优化

四、厂商共赢关系图的启示

1. 忠诚的重要性，一荣俱荣一损俱损

2. 厂商联合共赢发展，求大同存小异，和谐才能发展