

经销商赢利模式

【课程背景】

- 打造核心竞争力：
- 中国于 2011 年正式成为世贸组织成员时，国人大呼：狼来了。
- 2012 年的 11 月 11 日，淘宝商城成交金额创造了新的纪录——191 亿元。让人们惊叹于电商的影响力，改变了销售格局。

企业维护经销商唯一的办法就是要帮经销商挣钱！

在经济下行，经营难度增大的情况下，我们的终端，如何持续发展呢？只有增强经销商与厂商的配合，改变经销商坐销理念，实现其品牌化经营，公司化发展，公众化整合的财富之路。

【授课时长】

2 天(12 小时)

【课程收益】

- 从取势借势的角度帮助经销商打造一条学习、进化、行动、结果的财富之路，帮助渠道实现品牌化经营和公司化发展。
- 掌握提升精细化赢利的三大管理方法
- 掌握提升门店业绩的技巧

【授课对象】

.....

【课程特色】

实例讲解、头脑风暴、案例研讨、小组讨论、角色扮演

【课程大纲】

- 单元一、
粉丝经济 案例分析：粉丝管理能带来多少效益
1-1 粉丝管理对零售的意义
- 什么是粉丝
 - 粉丝的作用

1-2 粉丝流失的原因分析

- 品牌粉丝现状
- 品牌方关注度
- 客户方的选择性

1-3 粉丝营销的七大流程

- 明确实行粉丝的目标是什么
- 粉丝的目标客户群
- 为会员选择正确的利益
- 做好财务预算
- 为会员构建一个沟通的平台
- 粉丝的组织与管理
- 数据库的建立与管理

1-4 粉丝顾客的有效维护步骤

- 粉丝大数据登记表
- 三个短信一个电话
- 新工具的使用 3课时 1、用户群体是企业发展壮大根本，为企业引流非常重要；
- 2、粉丝对于企业的忠诚度非常高；
- 3、粉丝的维护需要长期和持之以恒；
- 4、要与时俱进的和粉丝互动。

单元二、

团队塑造 2-1 组建团队

- 群体不等于团队
- 团队成员的分工
- 团队成员的协作
- 团队的行为曲线
- 团队 4 种基本类型

2-2 提高绩效

- 个人绩效及提升
- 团队绩效及提升
- 组织绩效及提升
- 整体绩效循环模式

2-3 打造高绩效团队

- 高绩效团队五大表征
- 高绩效团队四大类型
- 高绩效团队 8 种角色
- 团队绩效提高 17 大关键点

2-4 如何建立良好的工作关系

- 互信的工作关系是管理的前提
- 理解他的需要并且帮助他成功
- 运用同理心与成员进行深入的交流 3课时 1. 针对你的团队的实际，制定员工的使用策略。
- 2. 青年：有意识扶植后备队；
- 3. 中年：尽快承担责任、加强能力的深度，推动老人持续进步；
- 4. 老人：保持学习和成长热；
- 5. 针对各个员工制定发展计划（行动）。

6. 重视建立非正式关系，掌握成员的思想动态；
7. 在谈话中深入了解下属的思想：管理谈心的过程

单元三、

面对面推销技巧 3-1 消费行为分析

- 5 种类型消费者
- 影响消费的因素

3-2 外镇内压

- 职业装
- 专业度
- 压力分散模型

3-3 朋友式介绍法

- 亲和力
- 互惠原理

3-4 专家式产品介绍法

- AIDAM 技巧

3-5 富兰克林产品介绍法

- 知己知彼

3-6 快速成交

- 二选一法则
 - 假设成交法
 - 直接要求法
 - 惜失成交法
 - 5、总结利益成交法 3 课时
- 1、推销，不是喋喋不休的介绍；
 - 2、不同类型的消费者，有不同需求的消费体验；
 - 3、销售人员首先是行业专家，掌握各式销售方法；
 - 4、成交，是销售能力的体现，掌握快速成交技巧。

单元四、

问题分析技巧 4-1 类别分析法

- 进店率
- 成交率
- 成交客数
- 购买件数
- 平均单价

4-2 影响店铺的销售实现的因素分析

- 客流量
- 员工销售意识与能力
- 商品构成与适销性
- 店铺运营与工作分配
- 提升重复购买
- 提升连带销售

4-3 店铺销售健康指标的构成与分析方法

- 目标达成率、累计销售进度
- 同比增长率、环比增长率
- 客单价、连带率

- 人效、平效、商品存销比
- 会员数量、会员重复购买率

4-4 产品企划

- 市场预测：PEST 工具
- 产品分析：SCQD 工具
- 商品组合：产品生命周期工具

4-5 根据门店数据分析，有效进行货品调整，降低库存

- 总销售额
 - 同比
 - 售罄率
 - 周转率
- 牛鞭效应 3 课时
- 1、从店铺整体来分析；
 - 2、从类别进行分析；
 - 3、通过各项分析，找出具体问题，提升销售业绩和利润。