

# 《大区营销实战技巧暨销售大区管理制度下的三个关系处理》

## 课程大纲

(12 课时)

### 第一章：如何建设高效率的销售大区管理体系？

#### 案例演示 1

1. 高绩效的销售市场部的营销职能与岗位职责设计
2. 高执行力的销售大区的营销职能和岗位职责认知
3. 高效率的大区市场信息收集与反馈互动体系建设
4. 销售市场部和各销售大区之间职能界定与关系
5. 代理商和销售大区管理系统之间责权利的界定

#### 案例分析

### 第二章：如何制定区域市场的营销战略？

#### 案例演示 2

1. 营销战略制定的“天龙八部”
2. 大区市场分析的“独孤九剑”
3. 新品终端营销的“七种武器”
4. 工业品营销领域的“六大流派”
5. 精细化管理与深度营销理念精要

## 案例分析

### 第三章: 如何建设区域市场的营销渠道?

#### 案例演示 3

- 1.什么是销售通路
- 2.区域渠道的基本模式
- 3.渠道的基本要素与价值
- 4.不同产品生命周期的渠道策略
- 5.渠道的利益与任务
- 6.区域渠道的要素
- 7.区域渠道的合理布局
- 8.建立网点的方法与策略
- 9.渠道竞争力的评估
- 10.如何提高渠道的竞争力
- 11.渠道问题的解决方法

## 案例分析

### 第四章: 如何有效管理区域市场代理商?

#### 案例演示 4

- 1.代理商渠道特点
- 2.代理商渠道的销售方法
- 3.代理商渠道对人员的要求
- 4.代理商选择
- 5.代理商评估

- 6.代理商谈判
- 7.代理商沟通
- 8.代理商政策的管理问题
- 9.代理商激励方式
- 10.关键客户管理要领

### 案例分析

## 第五章：如何提高区域市场销售执行力？

### 案例演示 5

- 1.市场执行力的三个前提
- 2.市场执行力的三个条件
- 3.做代理商的教练
- 4.做代理商的培训师
- 5.帮助代理商的成功
- 6.构建市场执行力的基础制度
- 7.代理商管理的培训技巧
- 8.如何提高销售基础管理能力

### 高绩效的销售管理工具演示