
《区域业绩提升及样板市场打造》

(主讲：王同)

本课程已服务过好想你、六个核桃、阿道夫、味好美、沁园、艾美特、黑人牙膏……

➤ **培训对象：**销售区域管理者、业代/区经/总监

➤ **培训目标：**

1、理清提升区域业绩的策略和方法，提振团队信心，提升企业业绩；

2、通过打造样板市场，复制区域好业绩的能力

➤ **培训方式：**课堂讲授、案例分析、小组研讨等启发式、互动教学

➤ **培训时间：**12小时，即贰天

➤ **课程大纲：**

第一部分：区域市场业绩提升

一、区域业绩增长的两种模式（垂直增长、水平增长）

二、区域生意回顾

1、经营结果的回顾分析：销量、费用…

2、经营过程的回顾分析：SKU市场表现、网络开发与维护、库存管理、配送效率、终端管理、客户合作、市场秩序、公司主推事项、业务团队、竞争应对…

3、寻找市场增量的机会

三、增加新品类/副品牌/新产品（水平增长）

1、区域/经销商为什么不愿推新品？

案例：娃哈哈 PK 宝洁

2、新品上市的 8 种死法

3、新品上市的策略要点

4、新品渠道制胜——“买得到”是硬道理

5、做好消费者拉动——新产品促销推广

四、开发新市场/多元渠道运作/开发新网点（水平增长）

1、市场精耕：猎人与农夫

2、倒着构建渠道

3、渠道三大职能的构建（物流、资金流、信息流）

4、让更多的店帮你卖

5、整合经销商的资源

五、市场单产提升（垂直增长）业务驱动要素

✓ 分销、位置、陈列、库存、价格、助销、促销…

第二部分：区域样板市场打造

一、为什么要打造样板市场？

1、讨论：什么样的市场才能算得上样板市场？

2、样板市场打造遵循的原则：资源聚焦、着眼未来、精耕细作、滚动发展

二、区域样板市场打造的六定法则

- 1、定区域
- 2、定市场
- 3、定目标
- 4、定产品
- 5、定人员
- 6、定模式

三、更广泛的网点覆盖，是样板市场的基础

- 1，多元渠道拓展
- 2、铺货率对产品分销的意义
- 2，经营终端的选择——网点普查、网点切割、网点分类等
- 3，快速铺货铺货策略与方法——时间、频率、对象、政策、人员、推动、维护
- 4，铺货的误区辨析

五、区域客户维护

- 1，界定厂商关系，明确业务人员角色定位
- 2，业务人员的“影响力”
- 3、提供顾问式服务

4，渠道推广的方法及适用条件：返利、赠送礼品、积分、压货、配额、陈列有奖、工具支持、库存补差等

讨论：样板市场客户激励有什么特别？

六、终端维护

1，掌控终端模式——业务员固定巡访

2，终端销售常见异议及处理方法

3、做好终端配送

七、终端生动化及促销推广

1，终端上架率及媒体化

2，消费者拉动策略

3、高效的消费者促销

最后，学员疑难问题破解；学员优秀案例分享；

(以下空白)