

新零售+经销商经营突破与升级发展

主讲：高定基|资深经销商培训导师

【课程背景】

为什么有的经销商越做越大，有的停滞不前？为什么有的经销商越做越强，有的却实力远去？为什么有的经销商越做越大，有的步履艰难？也许你做了很多很多，但你的思路是否与时俱进？

如今，经销商不仅仅是开个门店，然后等顾客上门那么容易。坐商时代已经结束，行商时代已经来临。经销商必须主动出击，通过各种渠道和策略提升品牌在当地的影响力和市场份额。

如果有很多钱，可以投入很多的广告，这个谁都会做，可更多的时候，经销商的推广费用是非常有限的。如何用最少的投入甚至零投入来获得较好的营销效果，是我们要解决的问题。

靠什么影响客户？靠什么决胜终端？靠什么业绩倍增？经销商应该遵循科学的销售方法，理解消费者的心里特点，在终端的一切行为要让客户容易理解、接受、记住，形成强有力的影响力。

中国手机网民接近 7 亿，三成网民上网只用手机，如此规模，全球仅此一家，别无分店。传统互联网，经销商来不及参与，移动互联网时代，经销商务必跟上节奏，否则，死了连凶手都找不到。

马云提出的新零售跟经销商的命运息息相关，甚至决定经销商的未来。马云说，每当新事物出现，如果“看不到、看不上、看不懂、跟不上”，那等待你的只有消失和出局。千千万万经销商，面对新趋势、新技术、新未来，必须提前准备，紧跟时代脉搏，在新一轮的财富盛

宴中，找到自己的位置。

因此，鉴于现状与未来，销客荣耀创始人、资深经销商培训导师高定基老师推出重磅课程——《新零售驱动下经销商的经营突破与升级发展》，以帮助更多的经销商突破自我，不断超越。

【课程时长】 2~3天（12~18小时）。

【课程对象】 经销商、店长、导购、渠道经理、渠道管理者

【课程收益】

- 1.理解新零售的内涵和对实体门店的影响
- 2.掌握经销商加强终端影响力途径与步骤
- 3.掌握经销商建立区域品牌的思路与策略
- 4.掌握经销商升级发展的经营路线与途径
- 5.掌握经销商团队建设和管理的措施
- 6.掌握经销商+互联网落地方法

【培训方式】

课堂讲授、案例分析、互动训练、现场答疑、视频赏析、小组讨论、学员分享、团队竞赛。

【课程大纲】

第一单元 经销商面临的困境

- 一、成本上涨：人力、租金等上涨，利润下降
- 二、竞争加剧：越来越多的8090加入经销商队伍
- 三、高频促销：促销大战此起彼伏，被迫迎战
- 四、电商紧逼：实体店份额被电商强势掠走
- 五、团队迷惑：人才难招，招来难管，管了难留

六、客流勇退：卖场人烟稀少，来了不是看看，就是比价

第二单元 新零售的内涵与特征

一、新零售的案例：无人值守超市

二、新零售的主线：线下、线上、物流

三、新零售的内容：高性价比、快速迭代、个性定制、方便快捷

四、新零售的推动力量：移动互联网、物联网、人工智能、大数据

五、经销商融入新零售必然方向：强体验、重场景、全渠道、轻库存

第三单元 实现突破的六大经营思维

一、诚信思维：以前可以忽视诚信，但未来最大的资产是信用

二、品牌思路：不仅要经营好产品品牌，更要经营好个人品牌

三、行商思维：坐在那里等生意，等到的唯有入不敷出和出局

四、进取思维：小富即安已经不可能再让你安，不进就灭亡

五、投资思维：投入未必有预想的收益，不投入注定更艰难

六、合伙思维：单打独斗已成为历史，没有合伙人就没有未来

七、互联网思维：运用互联网资源、技术和方法，与时代同步

第四单元 经销商区域品牌运作方法

一、广告宣传：不投一分钱广告做品牌是自欺欺人

二、促销不断：保持促销频率，酬宾而不愁宾

三、传播故事：以客户价值为主线，积累口碑

四、自组织圈：坚持异业联盟，不是一夜联盟

五、公益慈善：坚持做一件公益，善小也为之

第五单元 互联网+终端门店五大策略

一、新技术引进：移动支付、管理软件、微推广

- 二、线上店铺：选择靠谱平台，精装网上门店
- 三、精准推广：锁定目标群体，落实精准推送
- 四、在线资产：积累网络数据资产，优化搜索营销
- 五、门店网红：运用新媒体、直播平台，打造门店品牌

第六单元 经销商掌控终端六大秘诀

- 一、品牌定位：提炼诉求
- 二、产品体验：道具与场景
- 三、服务升级：超越客户期望
- 四、促销引流：吃透价格密码
- 五、情绪共鸣：引发客户的购买情绪
- 六、客户见证：经典案例和特殊客户

第七单元 终端体验营销与场景营销

- 一、体验营销类型：六大体验类型
- 二、体验营销的必然性：从产品时代到体验时代
- 三、体验营销是客户价值：满足客户，还要取悦客户
- 四、体验营销实施方向：创造业务价值与非业务价值
- 五、互联网+体验营销：参与感与互动性是体验营销的常态
- 六、VR与体验营销：VR（虚拟现实）的历史、现状与未来
- 七、开展体验营销的原则：健康、快乐、安全、尊重
- 八、体验营销的发展与升级：场景营销

第八单元 经销商升级发展八大思路

- 一、从实体店向新零售升级：跟不上趋势就是灭亡
- 二、从销售商向服务商升级：未来是服务型社会关系

- 三、从夫妻店向公司化经营升级：游击队变成正规军
- 四、从雇佣模式向合伙模式升级：单纯的雇佣越来越少
- 五、从传统营销向场景营销升级：消费升级产生新要求
- 六、从单一店铺向连锁店铺升级：扩大影响力和服务商圈
- 七、从单品类向多品类和一体化升级：降低风险，确保核心业务
- 八、从低频产品到高频低频组合升级：拉低低频产品的获客成本

第九单元 经销商的团队建设与管理

- 一、团队的核心作用：五大作用
- 二、团队管理常见困惑：五困惑
- 三、团队管理存在的问题：六大问题
- 四、成功团队的核心特征：五大特征
- 五、团队建设管理路线：六个步骤
- 六、团队的激励机制：六大激励策略
- 七、团队管理关键：提升领导魅力