

“互联网 + 时代”如何赢在渠道

课程简介：

李临春老师根据渠道特点，提出了渠道的战略功能
让经销商了解渠道变化的本质，避免掉进某些渠道陷阱。
学习分销管理及人员管理的方法

培训目标：课程具体要求掌握：

- 1、让经销商认识渠道的结构与作用
- 2、开发优质分销商的方法、技巧
- 3、学会管理团队、管理分销商

培训对象：经销商（企业内训课）

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：2天

课程大纲：

第一章 互联时代的渠道战略

壹、 渠道的战略功能

1. 物流：成本优势、库存控制及即时交割（渠道的竞争力）；
2. 资金流：资金周转率及融资（渠道制胜的保证）；
3. 分销流：成员及分工（合作、共赢才能做大）
4. 信息流：上传下达、步调一致（渠道成员心态管控）
5. 方便流：现实中社群化服务是销量的前提（指标是铺货率）；
6. 推广流：可持续发展的动力（企业、经销商定期推新带动转型、上台阶）

贰、 互联网时代渠道模式变化及陷阱

1. C2C 与传统店铺
2. B2C 与传统直销（O2O 要达到什么目的）
3. B2B 互联网时代的分销制（F2B、APP 神力、P2P 的风险防范）

第二章 分销渠道建设及管理

一、 分销渠道建设

1. 赢在布局：分销商如何布局
2. 开发难点：选择一个好的分销商不容易
3. 开发流程：按照流程博弈，占成功概率的 37%

课堂演练

4. 谈判技巧：占概率的 55%

课堂演练

5. 合作注意事项

二、 中国经销商状况

1. 中国经销商现状
2. 经销商市场竞争状况
3. 经销商规模与运营模式

三、 分销商管理

1. 任务管理：忠诚度管理
2. 费用管理：周转率管理
3. 促销管理：产品生命周期管理

课堂演练

4. 库存管理：安全库存、冲货、低价倾销
5. 销售战役管理：竞品市场抢夺

课堂演练

四、 销售团队管理

销售团队气势管理；
销售团队心态管理
销售团队能力管理
销售团队应变力管理