

《中国移动渠道建设》培训内容提纲

徐志

培训对象

中国移动渠道主管；城市渠道客户经理；区域营销中心渠道经理；乡镇经理

课程时长

14小时（2天）

课程收益

1. 全面认识电信运营商渠道特性和渠道管理者的角色.
2. 如何设计渠道策略：
 - 通过结合实战案例对渠道体系三要素(结构、职能和动力)的详尽分析，明确区域市场渠道如何规划与重点、难点。
3. 如何管理渠道经销商：
 - 分享市场调查中获得的对经销商的认识；从组织与个人两个层面分析如何有效服务经销商。
4. 如何分析与帮助门店
 - 通过咨询案例分享，详解门店经营分析五步骤;通过小组讨论与点评帮助学员总结出帮助单个经营门店的服务改善、销售业绩提升、促销与门店布置改善建议。
5. 区域营销中心组织能力建设

课程特色

互动式培训。

融合案例讨论、小组分享、角色扮演、点评、讲解、实例观摩等教学方法。

课程说明

讲师渠道管理方面课程已为广东、辽宁、长春、上海、江西、湖南、广西、江苏等省市移动公司所采购;

本课程讲师为电信运营商做的渠道管理方面课程 (2009年-2012年)

1. 江苏-江西电信：江苏-江西电信渠道管理策略研讨会 (2012.4.19-20)
2. 上海电信：渠道卖场化改造专题培训 (2012.5.9-11)
3. 咨询项目：上海电信营业厅销售转型项目 (2012.4-6)
4. 广西移动：社会渠道综合管控模式 (2011.12.20-21)
5. 陕西延安移动：社会渠道管理培训 (2011.3.)
6. 浙江温岭电信：营业厅卖场化下的店面布置与营销管理能力提升 (2012.5.15-16)
7. 上海电信：卖场顾问式销售理念与销售流程培训 2011.10.26
8. 江西景德镇移动：社区经理专项培训(2010.5.22-23)
9. 江西景德镇移动：渠道经理专项培训(2010.5.24-25)
10. 内蒙古移动: 全区渠道管理与数据产品线内训师训练营--2010.6.28-7.2
11. 广西崇左移动: 渠道经营内训师培训(2010.11.9-10)
12. 江西移动:渠道经营人员渠道管理及营销能力提升(2010.4.19-20)
13. 江西移动: 营业厅引导员专项培训--客户体验式营销技巧 (2010.3.19-20)
14. 江西移动: 营业厅引导员专项培训--客户体验式营销技巧(2010.4.22-23)
15. 云南玉溪移动: 农村渠道建设与管理培训(2009.4)
16. 江西移动: 渠道经营人员渠道管理及营销能力提升(2009.9.17-18)
17. 黑龙江哈尔滨移动: 渠道人员管理技能训练营(2009-4)
18. 吉林移动: 渠道经理渠道管理能力提升训练营(2009-6)
19. 江西上饶移动渠道营销经理培训(2009.3.8-9)
20. 陕西渭南移动渠道主管综合管理技能提升训练营(2009.6)

课程内容

第一部分 移动互联时代下的中国移动社会渠道经营

- 一、 引子：移动 2012 成绩单
- 二、 中国移动渠道管理的主要问题

1. 渠道管理问题
 2. 渠道管理难度高的原因
 3. 借鉴：中国移动社会渠道经营策略
- 三、 移动互联时代给电信运营商带来的经营变革
1. 移动互联时代客户的变化
 2. 移动互联环境对电信运营商渠道经营带来的挑战
 3. 移动互联时代电信运营商渠道职能的变化
- 四、 管理与服务渠道的观念与工作策略
1. 渠道管理策略响应渠道经营策略
 2. 将要求转化为利益
 3. 通过过程辅导达成结果指标
 4. 发育自身的组织能力与协同机制
- 五、 中国移动渠道管理四新策略
1. 新模式
 2. 新营销
 3. 新销售
 4. 新服务

第二部分 移动区域市场渠道规划与管理

- 一、 区域市场渠道规划
- 移动公司渠道模式的三大关键因素
- 二、 区域市场渠道调查与分析
1. 分析所在地区
 2. 调查、分析顾客移动消费行为
 3. 分析渠道现状和不足
- 三、 区域市场渠道布局
1. 网点布局
 2. 网点经济性评估
 3. 划分渠道的层级组成
 4. 渠道的总体规模与分布

5. 确定合理的自有营业厅和各种代理形式的比例
6. 社会营销渠道中各种代理形式的比例

四、渠道动力模式

1. 渠道内部各利益主体的收益获得方式
2. 如何给渠道利益
3. 例：对经销商考核项评分办法

五、渠道职能模式

1. 渠道各层级合作伙伴的职能。
2. 谁主导最重要的职能

第三部分 移动渠道经销商的选择和管理

一、认识经销商

二、渠道经销商的一般问题

三、对渠道经销商的服务

1. 制度面
2. 个人面

四、对(网点)渠道经销商的管理

分级分层管理经验分享

第四部分 区域营销中心组织能力建设

一、区域营销中心的职能

二、如何分析一个“经营单元”

门店经营分析五步骤

三、门店销售与服务改善建议

1. 如何帮助门店做客户关怀(CRM)
2. 如何门店帮助门店卖场布置
3. 帮助门店改善产品经营
4. 帮助门店拓展新业务

四、如何帮助合作伙伴进行促销

1. 区域市场促销设计的 TVPIP 原则
2. 如何组织与实施促销

五、区域营销中心的自身成长

1. 目标管理
2. 情绪管理
3. 压力管理
4. 时间管理
5. 学习管理
6.