
渠道开发与建设业绩裂变增长系统实战

招商·扶商·督商·活动爆市场·自我裂变

主讲：王程老师

【课程背景】

中国的经济与市场正经历增速换挡、产业升级、渠道变革和消费升级等各种纷繁复杂的变化，传统营销模式已不能当前的市场形势。营销是经营管理的核心环节，是企业的大动脉，某种程度上营销的成败决定了企业的成败。

在当代发展阶段，市场增长迅速，企业需要扩大规模，渠道结构会随着调整。最有效的方法通常是尽可能地使用更多的优质渠道。在这个阶段，企业应该研究每一种可能的渠道，并决定产品是否可以通过该渠道销售并且如何有效运作。同时，企业还要考察潜在可能渠道的全部范围，尽可能地进入更多的渠道以进入新的细分市场。“借力使力”目的是让自己更具力量，企业选择渠道而不是直销的形式去占领市场，其目的就是通过牺牲一部分利润来交换企业本身短缺的资源，包括但不限于资金、实力、人才、社会关系、场地、各类资源等。渠道销售，已经成为当前最流行的一种快速而低成本的占领市场的方法和手段。如何让我们让出的利润换取更多的资金、

人才、社会关系、场地等各类资源，渠道经销商的选择则是关键的关键。本课程从完全实战的角度，以目的为中心，抛开空洞的理论，抓住问题的核心，让企业的渠道人员从几个关键点处着手，快速建立优质渠道队伍，优化现有代理体系，让优质渠道成为我们的核心优势。同时掌握一系列的渠道规划、渠道管理、渠道优化，以及如何通过品牌活动造势引爆市场，实现业绩裂变的一套可以复制的办法。

【课程对象】

本课程专为企业中高层管理层而设置，包括董事长、总裁、副总裁、营销总监、渠道总监、渠道经理、市场总监、大区经理、区域经理等开设。

【课程收益】

本课程帮助学员：

- 系统掌握营销的关键成功要素
- 系统掌握通过模式快速突破业绩
- 系统掌握渠道消费者业务的黄金思维模型
- 熟练掌握渠道的定位及布局
- 熟练掌握渠道开发的思路及具体举措

-
- 系统掌握渠道开发建设的路径
 - 系统掌握招商、扶商、督商三位一体的渠道经营办法
 - 系统掌握零距离接触客户的活动落地方法
 - 系统掌握经销商、分销商筛选的原则与思路
 - 系统掌握经销分销激励的几大方法
 - 熟练掌握终端活动分解办法
 - 系统掌握营销管理者必须具备的营销思维
 - 系统掌握营销团队的打造方法
 - 系统掌握业务组织的核心方法
 - 系统掌握品牌赋能，造势活动快速实现回款
 - 系统理解精彩实际实操成功案例（华为、汉能）

【课程特色】

- 强基础，建体系，塑思维
- 不系统落地，一切都等于零
- 六位一体的课程体系：理论+思维+方法+工具+案例+研讨
- 干货，没有废话；完全基于实践的总结，案例式交流
- “必须上、上得起、听得懂、学得会、用得上”的营销思维实践型课程

【教学方式】

- **课程逻辑**：差距（目标-现状）、理论、思维（why）、方法（what）、工具（how）、案例分析、企业案例研讨
- **呈现方式**：小组讨论、技能演练、案例分析、实操练习、课堂测试

【课程时间】

- 12 - 36 小时

【课程提纲】

一、模式致胜 – 模式致胜业绩暴增密码（共 8 案例）

1. 营销模式致胜核心要素阐述
2. B2C 营销模式的方法论
3. 5 大精彩案例模式分享
4. 人人必须掌握的的黄金思维模型
 - a) 黄金思维模型解读
 - b) 精彩案例分享及启示
5. 企业自身案例研讨与分析

二、渠道定位 – 正确认知与定位（共 3 案例）

-
1. 渠道从 0-1 案例导入
 2. 渠道认知及渠道价值
 - a) 正确认识渠道
 - b) 正确认识经销商、分销商
 - c) 经销渠道存在的意义
 3. 渠道的类型与定位
 4. 我们需要什么样的渠道
 5. 我们给渠道提供什么样的支持

三、渠道规划 – 让每一个潜在客户随时所见 (共 5 案例)

1. 渠道设计的原则
2. 通路层级结构分析
3. 我们到底需要设计几级渠道
4. 经销商与分销商心中的烦恼

四、渠道开发 – 打造三位一体经销分销系统 (共 3 案例)

1. 渠道开发的目的意义
2. 渠道经销开发与招商
3. 渠道分销筛选与招募
4. 渠道分销发展思路

5. 渠道分销业务流程

五、渠道管理 – 搭建完善的招商扶商督商体系 (共 4 案例)

1. 渠道经销管理办法

2. 渠道分销管理办法

3. 分销渠道激励政策

- a) 多样化的激励方式
- b) 渠道分销加盟及返利政策
- c) 分销激励政策
- d) 一级经销商盈利模式
- e) 各级分销商盈利模式

4. 开发管控二级渠道

- a) 设置阶段性任务
- b) 提高分销商忠诚度

5. 渠道分销市场运作

- a) 渠道及终端活动形式
- b) 渠道终端活动步骤分解

6. 分销商调整与优化

7. 系统案例分享：汉能经销渠道开发与管理

六、渠道支持与常见误区 – 思维认知及你中有我，我中有你（共

10 案例）

1. 关联思维解读（5 大案例）
2. 渠道经营常见的 5 大误区
3. 渠道经营管理的常见问题
4. 应该从哪些维度做好渠道支持工作
5. 如何建立自我驱动的渠道经营系统

七、团队管理 – 优秀过程达成优秀结果（共 4 案例）

1. 如何做好团队组织，创造竞争性环境
2. 如何做好业务组织，营造竞争性氛围
3. 案例研讨与反思

八、品牌赋能 – 造概念造势造场引爆市场（共 6 案例）

1. 品牌营销案例导入
2. 品牌营销认知
3. 传统产业如何插上互联网的翅膀
4. 案例：如何通过渠道品牌造势活动日收 10 亿回款
5. 案例：华为消费者业务品牌传播案例分享
6. 案例：五粮液·黄金酒策划案例分享（七剑取天下）

7. 案例分享：汉能 B2C 品牌营销-市场活动及经销商方案设计

九、营销思维 – 迭代思维突破营销边界 (共 12 案例)

1. 利他思维
2. 场景思维
3. 感动思维
4. 导演思维
5. 关联思维
6. 动态思维
7. 结果思维