

# 经销商品牌运营及经营管理能力提升

【培训对象】经销商、或操盘手，企业销售经理

【培训方式】讲授、现场练习、角色演练、案例分析、分组讨论、头脑风暴

【课程目标】

盛老师根据自己多年一线市场的实战体会，结集而成，抛弃多数渠道类课程的套路，为行业订做一门实战、实在、实用的精品课程。此门课程，您可以通过系统的讲解与互动，与盛老师一起分享其独家观点（最难能可贵的是，盛老师还赠送价值 100 万的营销咨询工具：

- 移动互联时代，的市场机会点
- 经销商为什么要更新理念重新布局？
- 如何做好产品管理，打造工匠精神？？
- 什么是 360 终端店面靓化
- 什么是行业的精准营销，如何落地？
- 如何进行团队激励？
- 什么是中国式团队管理的六大标准？什么是物质激励万能式？
- 节假日与年终冲刺如何激励团队（含分销）？
- 什么是多元化渠道推广与市场引流的 14 招？
- 市场爆破的万能模型是什么？！

## 第一节：抓趋势 – 市场机会

### 一、市场宏观形式判断

- 1、个性需求推动产品创新
- 2、高附加值正在占领市场高地

- 3、互联网+成新趋势
- 4、绿色环保备受推崇
- 5、功能化成主流
- 6、智能化成亮点
- 7、产业链合璧互补成趋势
- 8、产业链横向整合成必然

## 二、行业互联网化的三阶段

- 1、传播互联网化
- 2、销售互联网化
- 3、供应链互联网化

## 三、经销商发展的三大趋势

- 1、精准营销

案例：厦门孙总的社区 O2O 模式

- 2、品牌往上走 & 往下走

- 3、原创观点：合伙+众筹：厂家 - 代理 - 分销纵向一体化

原创观点：通胀理论，品牌往上走 & 往下走理论，大终端大促销理论，品牌分水岭理论…

案例一：广东四会何姐的合伙人模式

案例二：广东佛山美的去分销化的启示

案例三：邯郸卢生的内部合伙人机制

## 第二节：调理念——与品牌厂家合作的正确心态

1. 消极应对，得过且过
2. 急功近利
3. 等靠要
4. 不学习成长

案例：某经销商夫妻店到公司化运营的启示

5. 不紧跟企业

案例：南昌王老板与企业共同成长的启示

6. 盲目跟风
7. 瞻前顾后，犹豫不决
8. 自以为是

案例：宁波胡总夫妻的多元化失败启示

9. 小富即安

案例：九江段老板的新思维

10. 病争乱投医

### 第三节：新理念——只要思想不滑坡

1. 从做生意向做事业转型
2. 个人化向公司化和组织化转变
3. 凭经验管理转向规范管理
4. 人情管理转向制度管理
5. 家族化向社会化转变
6. 单打独斗向团队运作转型
7. 决策随意性转向科学性转变

小结：洗脑工具之二——怎么进行市场突围？（原创独家秘籍）

**原创观点：**

成功陷阱理论

李云龙、诸葛亮：成功的“失败者”？

**三大案例：**

某品牌内蒙古代理商 5 年 2 亿的秘密；

XX 经销商合伙 3 年 6 家店的启示；

XX 代理 - 分销一体化 5 年 8 家店的启示

#### **第四节：“软硬兼施”——软终端与硬终端建设**

##### **一、 硬终端：终端销售工具系统（原创经典）**

- 1. 客户服务短信系统**
- 2. 360 度终端靓化系统**
- 3. 客户服务质量监督卡**
- 4. 客户好评见证墙**
- 5. 客户温馨提示卡**
- 6. 客户需求匹配表**
- 7. 门店业绩倍增之形象管理**
- 8. 低成本终端拦截吸引顾客进店**
- 9. 基于顾客行走动线的店内布局**
- 10. 产品陈列要制造“不连续刺激”**
- 11. 门店陈列点、线、面结合技巧**
- 12. 体验营销时代的五种感官刺激**

## 二、软终端：客户关系管理系统

- (1) 客户关系管理细则
- (2) 客户信息统计表
- (3) 客户维护管理表
- (4) 客户感恩回馈签收表

**案例：一场促销如何布置门店终端，如何创意宣传物料？**

**案例：创意终端物料集锦**

## 第五节：强团队：如何打造团队执行力？

### 一、 微电影：南极大冒险，狼图腾

互动讨论：什么是团队？如何带好团队做好激励？

**结论（原创）：执行力的四个标准**

1. 文化面
2. 制度面
3. 行为面
4. 心态面

### 二、 团队激励体系设计：

- 1) 五星激励的定义与价值
- 2) 薪酬体系及激励系统与体系设计
- 3) PK体系的设计
- 4) 行动承诺卡的实施
- 5) 情绪激励实施
- 6) 抽奖激励实施

## 7) 其他激励实施

### 三、 团队管理与激励精髓 (原创独家观点)

#### 1、 精神激励：中国式管理的 6 个标准

- 一个梦想
- 仪式化管理
- 多层次激励
- 样板人物
- 自我突围
- 阴阳互补

#### 2、 物质激励万能式：底薪+考核工资+提成+PK 奖励+分红+股权激励

案例：

河北赵总水电光集成模式的启示与操作

苏州李姐的生日 PARTY 模式

福州马可波罗张姐的员工福利机制

九江段总的分红模式

济南温州老板的年终奖及双份工资模式

广东顺德林生的对赌机制

.....

#### 3、 案例互动：节假日销或年终冲刺，如何激励团队？

- 薪酬
- 会议
- 福利
- 竞赛

- 信息
- 活动

## 第六节：经营管理

### 一、代理商经营诊断-宏观分析

1. 营业收入
2. 进货成本
3. 固定成本

#### **4. 原创独家秘藏：**

6个关键数字，悟透经营本质

什么是网络地图，网络地图可以做什么

### 二、代理商经营诊断-微观分析

1. 营业收入
2. 进货成本
3. 固定成本
4. 变动成本
5. 净收益
6. 盈亏平衡
7. 库存周转率
8. 人均产出
9. ....

### 四、产品线管理（原创独家秘籍）

1. 销售结构分析

2. 品类 - 产品矩阵
3. 价格策略
4. 套餐设计
5. 门店产品组合 (销量/利润) 策略
6. 门店库存管理的“万能公式” (原创经典)

## 第八节：管推广——多元化的销售渠道与市场推广

### 一、心法篇：

- 1、推广目的
- 2、推广主题及方向
- 3、**原创经典：市场爆破万能模型**

### 二、技法篇

- 1、促销店面系统化装饰
- 2、促销口号：金词银句
- 3、促销设计技巧的盘点
- 4、行业资源的整合促销
- 5、奖与礼操作技巧细则
- 6、展销家博会参考素材
- 7、营销策划执行案模板
- 8、推广媒介及道具技巧
- 9、主题节假日优惠技巧

### 三、案例篇：多元渠道与终端引流

- 1、会员模式

案例：某 80 后河南周口三线品牌一线江湖地位

## 2、 样板房模式

案例：四川白项汪总崛起之道，5 年从 0-700 万的成长

## 3、 社区服务店

案例：南京江总的合伙人模式

## 4、 联盟爆破

## 5、 团购模式

## 6、 意见领袖模式

案例：马鞍山集资房团购策略

## 7、 合伙人模式

案例：水电光集成模式

## 8、 全员营销模式

案例：美的分广东省珠三角代理全员营销+三层分销试验

## 9、 事件营销模式

## 10、 免费装修模式

## 11、 精品店、体验馆，风情馆模式

## 12、 平台引流

案例：中山民生银行之装修贷嫁接模式

## 13、 解决方案模式

案例：深圳一品家设计师合伙制

## 14、 网络推广模式

案例：苏州 X 经销商全网营销模式

## 15、 服务营销模式

#### 四、工具篇

实战秘籍工具 1：主题及节假日优惠技巧篇

实战秘籍工具 2：促销口号创意广告语

实战秘籍工具 3：促销政策设计 - 促销设计技巧最新盘点

实战秘籍工具 4：常见促销礼品参考

实战秘籍工具 5：营销策划案执行案模板

实战秘籍工具 6：品牌联盟完全宝典

实战秘籍工具 7：电话营销与楼盘推广

实战秘籍工具 8：精准电话营销

实战秘籍工具 9：小区逼单技术