

# 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

【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？！

经销商品牌运营及团队管理能力提升

主讲人/盛斌子

【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：

- 经销商如何进行品牌化运营
- 强化经销商老板“品牌化”经营意识；
- 促进经销商老板与厂家之间合作双赢；
- 指导经销商老板打造区域市场强势品牌；
- 实现经销商老板的业绩突破与品牌发展。
- 如何进行有效的团队管理与激励？
- 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）？

## 第一篇：经销商如何品牌化运营

### 一、行业品牌互联网化的三阶段

- 1、传播互联网化
- 2、销售互联网化
- 3、供应链互联网化

### 二、经销商品牌发展的三大趋势

#### 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

### 三、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

#### 四、经销商如何差异化经营

1. 市场定位差异化
2. 产品风格差异化
  - 精品爆款路线
  - 品质工艺路线
  - 风格路线
3. 服务手段差异化
4. 针对品牌代理弱点（痛点）差异化
  - 毛利底
  - 库存大
  - 随处放货
  - 厂家压制
  - 产品弱点
5. 推广差异化
6. 销售渠道差异化-全网营销
7. 终端形象差异化

**实战案例：快时尚品牌店的成功秘诀**

#### 五、经销商选择什么样的厂家合作？

**经销商经营的本质：挣大钱+挣持久钱+挣放心钱**

1. 能否挣大钱？
  - 毛利高
  - 组合利润高
  - 周转率

## 2. 能否挣持久的钱？

- 企业产品研发实力
- 产品设计能力
- 产品款式、工艺、结构
- 企业有否系统的规划
- 企业是否具备差异化经营能力

## 3. 能否挣放心钱？

- 质量无可挑剔
- 品质材质过关
- 客服水平
- 厂家一体化的帮扶模式
- 聘请外脑教练
- 品质管理

## 六、经销商通过什么方法手段确定合作可行性？

### 1. 望

- 公司形象
- 产品品质
- 生产车间
- 员工形象

### 2. 闻

- 行业口碑
- 同业评价
- 品牌商老板或操盘手精、气、神

### 3. 问

- 关键问题反馈：政策、价格、经营规划、帮扶手段、市场投入

### 4. 切

- 理性分析工具
- 感性分析工具

## 七、经销商老板如何打造强势品牌

### 1、品牌打造开展市场活动

- 区域市场广告资源分析与投放策略
- 经销商老板整合行业资源跨界营销
- 经销商老板树立自己个人江湖地位

*实战案例：某家具企业的亿元经销商俱乐部*

### 2、品牌落地建设标杆门店

- 经销商门店网点开发
- 经销商门店形象管理
- 经销商销售团队打造
- 经销商门店活动策略
- 门店体验营销技巧

*实战案例：某品牌门店如何创造年销售额过亿*

### 3、品牌发展创造客户忠诚

- 经销商老板客户服务四个维度
- 经销商老板如何做好会员营销

*实战案例：移动互联网时代的粉丝营销*

### 第三篇：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

### 第三篇：“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**

## 第四篇：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PATY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

## 第五篇：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)

### 第六篇：管推广——多元化的销售渠道与市场推广

#### 一、 心法：

- 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

- 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：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：四川自项汪总崛起之道，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

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