

# 谋变·破局-经销商公司化运营与团队管理

主讲人/盛斌子老师

## 一、 制约经销商发展的核心障碍

### 1. 经销商做强做大的四大瓶颈

- 一从传统买卖向营销的转变的瓶颈
- - 从亲人帮向团队化运营转型的瓶颈
- - 从一般代理向自建赢利模式转变的瓶颈
- - 从粗放式经营向系统化、精细化运营转变的瓶颈

### 2. 经销商做强做大的必由之路

- - 从生意向事业的转型
- - 经验管理向规范化管理转型
- - 人情管理转向制度管理
- - 决策的随意性向科学性转化
- - 家族抱团向团队运作转型

案例一：河北邯郸老赵的公司化改改革

案例二：珠海容老板的区域连锁与合伙人机制

案例三：内蒙古赤峰孙总的“九大常委”

## 二、 文化传薪火-打造经销商的文化体系

1. 如何确定公司使命，构建发展方向

2. 如何将公司使命，变成团队愿景

3. 如何将公司使命与团队愿景，融入日常文化，变成动作分解？

案例一：XX 渠道商的感恩文化

案例二：节假日如何变成文化教育的常态

案例三：每天进步一点点是怎么做的？

### 三、 构建执行力团队，打造团队的组织体系

1. 单店组织如何构建

2. 多店组织，与单店组织的异同

3. 公司化运营组织又是如何创新的？

4. 狼性团队的组织机构

案例一：九江段总的连锁模式

案例二：四会何姐的合伙人机制

案例三：代理分销真的是矛盾不可调和？

### 四、 建立一套有效的分配体系

1. 小商靠挣钱：当下的钱、老板短期利益

2. 大商靠分钱：分钱是王道，让公司更持久，一群人一辈子挣钱

3. 好人好报：机制分配让能者上、平者让、庸者下

4. 物质激励万能公式

5. 精神激励万能公式

6. 店长分配公式：如何突显店长的管理职能？

7. 导购分配公式：过程管理与业绩如何突破？

8. 设计师激励方式：痛点型激励

9. 渠道业务人员激励方式：变要我干与我要干。

案例一：河南郑州林总的激励模式与陷阱？

案例二：福建泉州杨总的导购员激励机制

案例三：某磁砖设计师的激励模式

——结束——