

谋变·破局-经销商 7 大困局与破解

主讲人/盛斌子老师

一、 困局一：终端卖场流量锐减，如何 360 度引流？

1. 问题

- 1) 卖场人流量越来越少
- 2) 获客成本越来越高
- 3) 顾客忠诚度越来越低
- 4) 成交越来越困难

2. 破解：

- 1) 跨界引流 3 种方式
- 2) 精准引流 2 种招术
- 3) 会员引流的 2 种方式
- 4) 微营销社群引流的裂变模式
- 5) 三层分销引流裂变
- 6) “微信眼引流”
- 7) 隐性渠道引流
- 8) 其他

二、 困局二：终端爆破效果锐减，主动营销如何创新？

1. 问题：

- 1) 成本越来越高
- 2) 单值越来越低

- 3) 流失越来越多
- 4) 人气越来越小
- 5) 竞争越来越烈
- 6) 其他

2. 破解：

- 1) 场景化、强 IP 促销
- 2) 精准促销：圈子+话题+互动+二次转发
案例：双 11 新零售的“除夕夜”（苏宁 QQ 群爆破、微信群爆破）
- 3) 线下+线下一体化的“内购会”
- 4) 跨界联动的“同城购物”模式
- 5) 终端爆破“六联动”：前端与后台、线下与线下、话题与事件、会员与粉丝、代理与分解、视频与游戏
- 6) 促销的经营化视角
- 7) 其他

三、 困局三：粗放式管理难返，如何实现精细化管理？

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：XX 渠道商的精细化管理案例

案例二：节假日如何变成文化教育的常态

案例三：泉州的日事日毕、日清日地模式

四、 困局四：白手起家创业，事业发展瓶颈如何化解？

1. 问题点

- 1) 事业平台期，发展瓶颈
- 2) 竞争对手扩张，威胁生存
- 3) 优秀员工流失，甚至成为竞争对手

2. 破解

- 1) 连锁加盟模式
- 2) 分红模式
- 3) 股权激励模式
- 4) 事业部模式
- 5) 众筹+对赌模式

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”

五、 困局五：房地产市场进入平台期，如何寻找机会点？

1. 问题：

- 1) 国家精装房政策
- 2) 房地产市场萎缩
- 3) 经济瓶颈
- 4) 90 后消费者观

2. 化解：

- 1) 二次装修
- 2) 简装市场兴起
- 3) 软装一体化
- 4) 新的消费引导模式

六、 困局六：团队管理出工不出力，效率低下，如何人才有效激励？

1. 问题：

- 1) 人员成本越来越高
- 2) 忠诚度越来越低
- 3) 流失率越来越高
- 4) 管理效率低下

2. 化解

1) 构建执行力团队，打造团队的组织体系

- 单店组织如何构建

- 多店组织，与单店组织的异同
- 公司化运营组织又是如何创新的？
- 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？

2) 建立一套有效的分配体系

- 小商靠挣钱：当下的钱、老板短期利益
- 大商靠分钱：分钱是王道，让公司更持久，一群人一辈子挣钱
- 好人好报：机制分配让能者上、平者让、庸者下
- 物质激励万能公式
- 精神激励万能公式
- 店长分配公式：如何突显店长的管理职能？
- 导购分配公式：过程管理与业绩如何突破？
- 设计师激励方式：痛点型激励
- 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

七、 困局七：新“物种”跨界打劫，如何面对？

1. 问题

- 1) 互联网整装打劫
- 2) 全屋整装打劫
- 3) 国美跨界进入
- 4) 天猫、小米、网易也玩家装？

2. 破解

- 1) 大卖场的横向跨界经营（设计师高端品牌服务，线上线下相融合精准需求定制。）

案例：马可波罗瓷砖店与 M 美学艺术馆的品牌营销结合

- 2) 卖场多元化发展丰富产品一站式服务（建材/软装/餐饮/娱乐/图书/DIY 体验区）

案例：方太的终端体验教学模式高端引流。

- 3) 新场景：智能应用场景与卖场未来。（设置 VR 体验中心，AR，人脸识别付款通道，收集数据，定制化个性需求与未来。）

- 4) 新用户：新一代知识结构与生活方式变革的如何满足。

案例：高品质家居的心理分析与数据痕迹