

新零售渠道开发运营

主讲人/盛斌子老师

【培训对象】大区总监、区域经理、业务员

【培训方式】背景知识+案例+作业+点评互动+PK+输出结果；

【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，盛斌子老师提供其原创的

参考工具：

一、 技术改变未来：这个时代到底发生了什么？

1. 案例：鱼是怎么死的？
2. 渠道碎片化、时间碎片化、信息碎片化
3. LBS、陀螺仪、二维码、音频视频识别、大数据、云计算、VR 技术
4. 小家电实体店的分化模式 SOLOMOPO
 - 1) 深度体验
 - 2) 场景应用
 - 3) 个性服务
 - 4) 私人定制
5. 小家电三类实体店
 - A类新零售情景体验
 - B类社区
 - C类个人 APP 或者微商

二、 小家电新零售流通大趋势

1. 大趋势

- 厂家的合纵联横
- 商家的横向整合

2. 卖产品到卖体验到卖生活方式

3. 营销趋势

- 深度体验
- 场景应用
- 个性服务
- 私人定制

4. 泛家居一体化

5. 平台间相互竞争与嫁接

三、 不同渠道的流通属性与特点、痛点、对接方式 (本节重点)

1. 家电连锁

- 特点、痛点、对接方式

2. 地方家电卖场

- 特点、痛点、对接方式

3. 生活超市 : 特点、痛点、对接方式

4. 大家居联合店 : 特点、痛点、对接方式

5. 全屋订制店 : 特点、痛点、对接方式

6. 全屋整装店

7. 互联网家装

8. 家装店

9. 建材经销商
10. 个人微店
11. 直销店
12. 会销渠道
13. 家居连锁
14. 隐性渠道 : 特点、痛点、对接方式
15. 大客户
16. 品牌联盟店
17. 超级会所
18. 商业地产 : 特点、痛点、对接方式
19. 写字楼、办公区
20. 宾馆、酒店体验区
21. 建材卖场
22. 建材市场
23. 酒店用品渠道 : 特点、痛点、对接方式
24. 其他代理
25. 其他

四、 准营销之市场开发

1、渠道评估

- 1) A类渠道
- 2) B类渠道
- 3) C类渠道

4) D类渠道

评估标准：

- 渠道存量增量（重要性）
- 开发难易度（紧急性）
- 资源匹配性

2、竞争对手调查

1 主要竞争品牌哪几个？

2 这几个品牌的主销型号(排名)？及销量？

3 这几个品牌主销型的（运营）价？分销商价？

4 x 品牌当地代理商数量？品牌在当地市场销售构成比例？

5 各品牌厂家具体政策？(量化)铺底？月结？赊销？返利(月返？季返？年返？模糊返利？)特价？促销推广广告政策？库存支持？大客户支持政策？

☆深度分析与启示

3、销售政策制定

1) 什么样的产品(具体型号)？

2) 什么样价格（量化）？

3) 什么样的渠道政策？铺底，月结，赊销，返利，模糊返利

4) 什么样的市场政策推广支持，广告支持，售点管理、物料支持、人员团队等等（全部要量化）

5) 为什么是这些产品，这样的价格，这样的政策，有理有据的说明。（成本导向定价？市场导向定价？品牌溢价？）

——结束——