

《经销商公司化运营发展》

主讲：吴兴波

课程背景

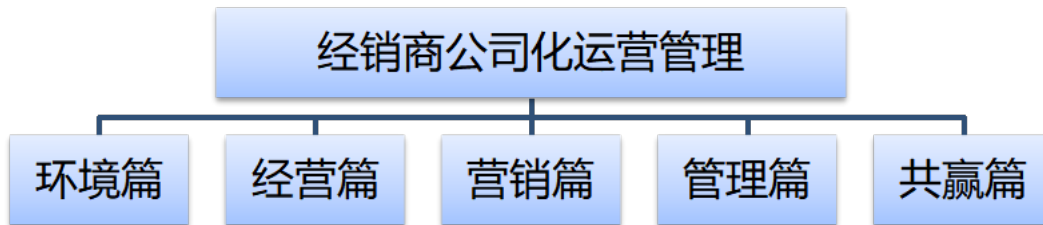
为什么有的经销商越做越大，而有的经销商却生意萧条、频遭淘汰、关门大吉？
为什么有的经销商依然在低端市场混战，而有的经销商却已建立品牌走在高端？
为什么有的经销商在价格战中苦苦挣扎，降价促销一降再降销量却没有明显增长？
为什么经销商的心态、思路、管理跟不上市场的发展？
如何认识市场的机遇与挑战？如何做到屹立不倒，而且能够越做越好？
如何解决遇到的营销、管理、团队问题？如何跟上市场发展及时调整营销思路和策略？
如何不断创新营销，不断发展？《经销商公司化运营发展》与您一起探讨答案！

课程对象 企业经销商/企业代理商/企业加盟商

课程形式 实战讲授/互动问答/案例分析/现场讨论/模拟训练

课程时间 2天（每天6个课时）（时间分配：实战讲授60%，实战训练20%，调整纠偏20%）

课程架构



课程目标及效果

第一部分：环境篇—经销商市场环境变化

一、市场现状及未来发展趋势

1. 当前市场现状及经销商经营现状分析
2. 市场环境竞争分析与行业未来发展趋势分析提升经销商对市场的信心
3. 未来市场还会不会机会主义，市场机会在竞争中失去优势后我们凭什么生存和发展？
4. 经销商“坐商”到“行商”“跑商”的经营变迁，如今是否还行得通？
5. 行业在发展，厂家在进步，厂家与经销商要共同进步，经销商落后会如何？
6. 经销商下一步商机\危机何在，与时俱进-适合市场需要的才能快速发展

视频分析：XXX企业由盛到衰再到盛再到衰给我们带来的思考启示

二、中国经销商的未来发展趋势

1. 发展才是硬道理，经销商的自我定位要清晰
2. 经销商全局性战略思维与大局思维
3. 中国经销商的未来发展趋势—公司化运营
4. 如何设计适合你的公司化运营模式
5. 经销商公司化运营发展的五个思考方向

小组讨论：未来经销商的出在哪里？

第二部分：经营篇—经销商区域品牌打造

一、经销商市场运营发展规划

1. 经销商市场有多大？定价定天下：薄利多销到底能不能多销？
2. 探讨分析：你营销定位是什么？能否聚焦目标客户？
3. 经销商市场拓展的两个误区：“散弹打鸟”、“捡到篮子里都是菜”
4. 经销商要设定市场运营发展规划：到哪去（目标）？怎样去（策略）？和谁去（团队）？
5. 确定产品战略规划，整合现有资源做减法，找准品牌在当地市场的营销定位
6. 总体目标规划与管理，经销商月度目标执行控制要点

模拟演练：制定 X 年度目标计划并进行分解落实

二、经销商区域品牌打造

1. 经销商区域品牌的五度空间：1.知名度 2.满意度 3.认可度 4.忠诚度 5.信赖度
2. 经销商区域品牌策划的四率：1.曝光率 2.转化率 3.成交率 4.转介绍率
3. 经销商区域品牌打造的策略方法，如何快速建立产品在区域市场的知名度与曝光率？
4. 如何跟第一名发生关系引导客户导向，老大和老二打架谁受伤了？

案例分析：现场讨论我们自己的营销定位与口碑营销传播策略

第三部分：营销篇—业绩倍增营销经营管理

一、区域市场的营销运营管理

1. 横向扩张，建立营销根据地市场
2. 打好目标客户市场攻坚战五大原则
3. 纵向挖掘老客户再消费的三大方法
4. 优化 KPI 重点客户的两项策略

小组讨论：如何让淡季不淡？如何同竞争对手竞争？如何促而有销？

二、经销商门店销售业绩倍增经营管理

1. 经销商门店经营管理：A 位置 B 经销商形象 C 营销与宣传（终端）
2. 门店销售业绩倍增运营管理，为什么没有人？人在哪里出现？
3. 如何做好终端销售？外部吸引客流量的方法
4. 如何快速提高进店率？店门口如何做品牌宣传广告
5. 内部创造氛围留住目标客户迅速成交的案例分析

小组研讨：根据所讲内容设计出店面业绩提升的具体操作方案

第四部分：管理篇—经销商公司化运营管理

一、公司化运营的精兵强将式团队打造

1. 讨论：不怕狼一样的敌人，就怕猪一样的队友，队伍规模大业绩就高吗？
2. 你的团队是“1+1 > 2”还是“1+1 < 0”？
3. 团队士气低落有没有？该怎么办？提高营销团队士气的 5 大方法
4. 案例：发展才是硬道理--成功的团队留住成功的人
5. 分享：营销目标的制定与监督管理，营销业绩改进计划 PDCA 如何进行？
6. 你要“特种兵”还是“特种将”？营销团队销售成交能力分析

案例探讨：营销目标完不成时该怎么办？补救措施是什么？

二、经销商团队运营管理

1. 经销商运营管理管什么？管人心？管人心的什么？
2. 缺乏弹性领导的制度如何把活人管死？监控制度不是用来管人的，而是用来吓人的
3. 怎样激发主人翁意识管出高绩效—用参与感价值化推动团队向前发展
4. 运营管理是一项系统工程，六只猴子的管理案例，透视管理的现象和本质
5. 建立管理机制，团队管理的风向标分析，你的绩效管理机制该怎么调整？

案例分析：绩效该怎么把控—片面追求营销额，牺牲了利润该怎么控制？

第五部分：共赢篇—厂商携手共赢天下

一、发展才是硬道理

1. 共同成长才能共同发展，大市场下的经销商发展要有方向感
2. 借势发展，厂商共赢才能更好发展
3. 增进厂商关系的八大方法

方法 1、把厂家的产品当成自己的产品培养

.....

方法 8、特殊情况下帮助销售人员冲业绩

二、厂商携手才能共赢未来

1. 探讨：厂家配合经销商还是经销商配合厂家
2. 经销商获得厂家支持的十大理由

理由 1、拿销量说话

.....

理由 10、应对区域竞争对手

3. 忠诚的重要性，一荣俱荣一损俱损

4. 厂商联合共赢发展，求大同存小异，和谐才能发展

案例分析：如何共赢？是经销商配合厂家？还是厂家配合经销商？