

用结果说话,以实效为准,为目标负责,因为专业所以值得信赖

## 《厂商共赢之道》

主讲：吴兴波

### 课程背景

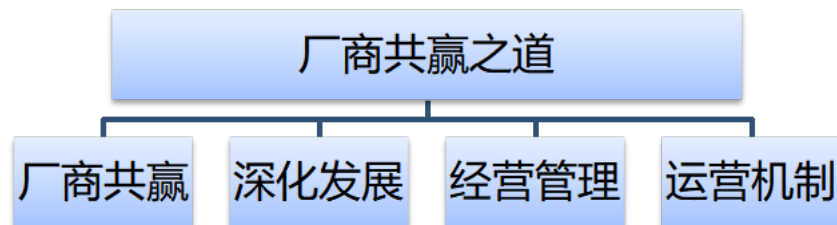
为什么有的经销商越做越大，而有的经销商越做越小？  
为什么有的经销商几十年只经销一个品牌？而有的经销商不断选择新品牌？  
为什么有的经销商不愿意与厂家共进退？不断抱怨厂家的销售政策？  
为什么有的经销商生意越做越大，而有的经销商却在降价促销的泥潭中苦苦挣扎？  
为什么经销商的心态、思路、管理跟不上市场的发展？  
本课程根据以上问题，从厂商合作共赢的基础，通过有效沟通，市场运营发展规划，业绩倍增的运营管理，到经销商市场区域品牌打造，全面解读经销商市场化发展中与厂家合作共赢的重要性，配合并理解厂家，携手共赢发展。

**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** 1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



### 课程纲要

#### 第一部分：厂商携手才能共赢天下

1. 厂商应该是什么样的关系？树与滕的发展促进与制约
2. 厂商之间，是经销商配合厂家？还是厂家配合经销商？
3. 借势发展，经销商获得厂家支持的十大理由，增进厂商关系的八大方法
4. 理解支持是厂商共赢之道，厂商携手才能共赢天下
5. 求大同存小异的合作发展理念
6. 解决问题而不是盯着问题，大浪淘沙，相互理解相互支持是共赢之道
7. 厂商共赢关系图：忠诚的重要性，一荣俱荣一损俱损

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？

#### 第二部分：市场环境变化促进经销商发展

1. 当前市场环境的竞争分析与行业未来发展趋势分析
2. 赊销严重、关系渐疏、成本增高、利润下滑、电商冲击、有实力的没战略，中产的小富即安没方向，小型的没营销没销量，等死的模式如何突破？
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？

4. 经销商的 7 大转型，市场发展的转型关头要有方向感
5. 经销商“坐商”到“行商”“跑商”，到“公司化”发展的过程演变
6. 市场发展趋势：适合市场需要的才能快速发展
7. 厂家与经销商共同进步的要求，厂家进步了，经销商落后会如何？

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

### 第三部分：厂商共赢相互发展的基础

1. 发展才是硬道理，经销商的自我定位
2. 经销商生意规划：到哪里去（目标）？怎样去（策略）？和谁一起去（团队）？
3. 整合现有资源做减法，调整产品结构，确定产品战略规划
4. 大市场下的经销商发展我们要有方向感，打造区域品牌做好市场营销
5. “经营”变为“精营”、“广耕”变为“深耕”
6. 如何同竞争对手竞争，市场的销售调整、市场把控、有效的开发和管理市场

模拟演练：制定 X 年度目标计划并进行分解落实

### 第四部分：构建高效运营管理机制系统

1. 转型：由个体经营转向公司化团队经营转型
2. 经销商团队的选育用留，以及阶段性问题的解决方案
3. 设计适合经销商的公司化管理运营模式
4. 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
5. 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
6. 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？

小组讨论：能否 XXX 来分析公司现有的管理机制该如何调整