

## 《海康渠道的开发与商业模式》课程教学大纲

**课程名称：**《海康渠道的开发与商业模式》

**课程性质：**内训

**课程学员：**业务人员，包括：办事处以上级别、办事处客户经理、营销部门负责人等；

**教学时数：**学时：半天

**课程简介：**渠道的开拓是企业产品迅速占领市场的重要方法，优质渠道的打造是企业销量迅速提升的重要方法，因此渠道考察、渠道设计、渠道管理是业务经理的必修课。

**教学目标：**通过学习学员可以掌握渠道的考察、设计、选择、管理、整顿等渠道操作中的系列知识，学会针对渠道难题破解的方法，从而提升渠道的效能，以及在互联网时代渠道创新的重要方法，本课程具有渠道管理的系统性和创新性。

**教学要求：**采用课堂讲授与课堂讨论相结合的方式进行，课堂讲授要求理论结合实际，运用大量案例和教学实例，深入浅出、旁征博引，要求讲师运用电脑多媒体课件和网络技术作为教学辅助工具，同时配备课堂练习，现场互动以消化老师的课程内容。

### **第一章：渠道布局与规划**

1. 陌生拜访模式
2. 展会模式
3. 转介绍模式
4. 订货会模式
5. 招商模式
6. 行业精英模式
7. 集团采购模式
8. 客户都不接招怎么办？

案例：苏泊尔的渠道转型与成长

工具：新产品招商工具

### **第二章：渠道的运营与管理**

#### **一、渠道的运营**

1. 渠道的成长
    - 1) 开发期
    - 2) 成长期
    - 3) 整合期
  2. 渠道的细分
  3. 渠道的倒树装结构
  4. 渠道的动销
  5. 渠道活力
  6. 渠道的变革
- 工具：经销商经营能力判断表
- 工具：厂商利益分配表

## 二、渠道的管理

1. 厂家核心的“两张牌”
2. 渠道优化六原则
3. 渠道管理的“六专”
4. 与渠道商的相处六大技巧
5. 管理渠道商的七种力量
6. 向工渠道商的八大输出
7. “管卡压”到“支帮促”
8. 渠道商向品牌运营商转变
9. 渠道商的满意度管理
10. 客户投诉的处理
11. 销售产品到解决方案
12. 供销对接到生态形成

工具：渠道活力模型

案例：创维的顾问营销

## 三、渠道促销

1. 渠道促销的基本步骤与方法
  - 1) 区域市场分析

- 2) 目标市场定位
- 3) 消费群体定位
- 4) 促销的产品策略
- 5) 促销的价格策略
- 6) SWOT 分析
- 7) 渠道促销方案的组成
- 8) 渠道促销的预算

## 2.促销方法与注意事项

- 1) 提货奖励
- 2) 网点开拓
- 3) 节日促销
- 4) 品牌促销
- 5) 联合促销
- 6) 年终返利
- 7) 旅游奖励
- 8) 实物奖励
- 9) 晋级奖励
- 10) 授牌奖励
- 11) 培训奖励
- 12) 店面陈列奖励
- 13) 明返与暗返

## 第三章：商业模式创新

### 一、商业模式创新

1. 微信模式
2. O2O 模式
3. 行业论坛模式
4. 媒体开发模式
5. 技术研讨模式
6. 代操盘模式
7. 股权模式
8. 贴牌模式

