

《加速分销与经销商管理》

课程教学大纲

课程名称：《加速分销与经销商管理》

课程性质：公开课/内训

课程学员：营销人员，

教学时长：学时 6-12 小时（1-2 天）

课程收益：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，渠道的核心动力是经销商，经销商承载了资金、物流、网络布局等营销体系中的重要职能，经销商的选择与优化是体现渠道活力、销量增长的关键因素。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，经销商管理与赋能等方面的专业知识，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，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

一、渠道的设计与选择

1. 渠道的主要功能有哪几种？
2. 渠道点、线、面的逻辑关系
3. 渠道开发的整体策略
 - 1) 渠道的宽度设计
 - 2) 渠道的广度设计
 - 3) 渠道的长度设计
 - 4) 各种渠道的优劣
4. 渠道数量与质量目标
5. 渠道的系统性
 - 1) 产品的特质与渠道的选择
 - 2) 利润空间与渠道的选择
 - 3) 营销的模式与渠道的选择

工具：产品线梳理表

工具：渠道设计的主要步骤

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：渠道创新

一、渠道管理创新

1. 渠道人联网的形成
2. 渠道冲突与大数据的管理
3. 从管理链到价值链
4. 厂商分离到厂商一体化
5. 产品利润到平台利润

二、渠道运营创新

1. 客户的体验中心
2. 客户的传播中心
3. 客户的样板效应
4. 客户的网络开拓
5. 客户的参与感

工具:社群营销方式

案例：OPPO 手机的渠道运营

第四章：优质经销商选择

1. 成功招商的五大要素
2. 我为什么找不到经销商
3. 找经销商的途径与方法
4. 经销商选择的标准
5. 经销商的资源与作用
6. 选择经销商的误区
7. 案例：招商的成与败
8. 工具：渠道活力模型

第五章：优质经销商打造

1. 经销商满意度管理
2. 与经销商的相处六大技巧
3. 渠道优化六原则
4. 管理经销商的七种力量
5. 向经销商的八大输出
6. 经销商的激励方法
7. 高效率的厂商运营一体化
8. 传统经销商向品牌运营商转变
9. 案例：创维的顾问试营销
10. 工具:一张图表搞清经销商的经营

第六章：合理库存管理

1. 产生库存的原因
2. 库存周转率的意义
3. 库存危害的三个方面
4. 库存的八大浪费
5. 库存管理的闭环
6. 系统管理的作用
7. 内部的管控体系
8. 合理库存数的计算
9. 库存管理的信息化

第七章：应收账款管理

一、信用管理流程的思路

- 1、信用管理职能的合理设置
- 2、信用管理人员的素质要求
- 3、信用管理人员的技能要求
- 4、信用管理制度制订

二、客户信用甄别方法

- 1、客户信用评价的“5C”理论
- 2、常用的信用评价模型---授信决策
- 3、授信决策的作用
- 4、信用管理客户的分类
- 5、不同的管理角度对客户分类依据不同
- 6、老客户所关注的信息点
 - ✓ 体现各种变动状况的信息
 - ✓ 体现资本周转状况的信息
 - ✓ 体现交易记录的信息
 - ✓ 核心客户所关注的信息

三、催款技巧

- 1、优势催款法
 - ✓ 不开先例技巧
 - ✓ 规定期限技巧
 - ✓ 最后出价技巧
- 2、劣势催款法
 - ✓ 疲惫技巧
 - ✓ 攻心技巧
- 3、处理僵局技巧
 - ✓ 僵局产生的原因
 - ✓ 避免僵局的发生
 - ✓ 应对僵局的技巧

