

金牌渠道锻造

课程
介绍

课程大纲

| | | |
|---------------|------------|------------|
| 第一部分 | 优秀经销商必备的标准 | 优秀经销商的组织体系 |
| | | 经销商的组织与家族化 |
| | | 优质经销商的必备条件 |
| | | 优秀经销商必备的素质 |
| | | 优秀经销商的成长路径 |
| | | 优秀经销商的企业文化 |
| | | 目标销量完成 |
| | | 沟通衔接的能力 |
| | | 品牌落地的能力 |
| | | 售后服务的能力 |
| | | 第二部分 |
| 渠道的作用 | | |
| 渠道的功能 | | |
| 渠道设计与实施 | | |
| 渠道设计：渠道评价标准 | | |
| 渠道设计：设计内容 | | |
| 渠道的系统设计：垂直式 | | |
| 垂直营销系统类型 | | |
| 传统分销系统和垂直分销系统 | | |
| 渠道的绩效评估 | | |
| 第一步 确定评估对象 | | |
| 第二步 选择评估内容 | | |
| 第四步 评估后调整 | | |
| 渠道调整方式 | | |
| 渠道的宽度设计 | | |
| 渠道的长度设计 | | |

| | | |
|----------|------------|-------------|
| 第三 部分 | 分销渠 道设计 | 稳定的分销渠道 |
| | | 分销渠道的设计的方法 |
| | | 科学定制销售计划 |
| | | 制定销售计划的四个步骤 |
| | | 增加销量的途径 |
| | | 顾问式销售的要点 |
| | | 改进销售技巧的办法 |
| | | 销售计划的主要内容 |
| 第四 部分 | 金牌渠 道锻造 | 渠道能力考评 |
| | | 渠道锻造-支帮促 |
| | | 渠道锻造-优化 |
| | | 渠道锻造-淘汰 |
| | | 渠道锻造-产品调配法 |
| | | 渠道锻造-品牌拉力法 |
| | | 渠道锻造-培训提升法 |
| | | 渠道锻造-竞争压力法 |
| | | 渠道锻造-文化熏陶法 |
| | | 渠道锻造-样板感染法 |