

《空调渠道的运营与创新》课程教学大纲

课程名称：《空调渠道的运营与创新》

课程性质：内训

课程学员：空调营销人员，区域经理等

学时数：学时9小时（1.5天）

课程简介：空调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，掌握空调客户的开发、管理、运营等空调渠道操作中的系列知识，学会针对空调渠道难题破解的方法，从而提升空调渠道的效能，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：空调客户的开发

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. O2O 的模式激活偏僻的终端
9. 案例：线上和线下结合的场景营销
10. 工具：微信社群活力四法

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：客户开发技能

1. 客户的鱼塘在哪里？
2. 市场调研数据的使用
3. 行业与区域市场分析
4. 我为什么找不到客户
5. 客户分析的重点
6. 客户开发的十大误区
7. 如何让客户主动找我们
8. 案例：这张客户信息表的问题在哪里？
9. 工具：开户开发的十大思维

第三章：空调渠道的运营与管理

一、空调渠道的运营

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

二、空调渠道区域的管理

1. 厂家核心的“两张牌”
 2. 空调渠道优化六原则
 3. 空调渠道管理的“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. 向渠道商的八大输出
 7. “管卡压”到“支帮促”
 8. 渠道商向新零售转变
 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. 货销对接到生态形成
- 工具：渠道活力模型

三、空调的渠道促销

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. 空调促销方法创新
 - 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) 晋级奖励

- 9) 授牌奖励
- 10) 培训奖励
- 11) 店面陈列奖励
- 12) 网点促销方式
 - ✓ 抱团
 - ✓ 人气卡
 - ✓ 配销
 - ✓ 大转盘
 - ✓ 游戏过关
 - ✓ 投票活动
 - ✓ 热文拓客

第四章：空调渠道创新

一、空调渠道开发创新

- 1. 基于消费场景的联盟资源
- 2. 基于客户行为的异业资源
- 3. 基于社会关系的人脉圈层
- 4. 微信模式
- 5. O2O 模式
- 6. 团购模式
- 7. 媒体开发模式
- 8. 技术研讨模式
- 9. 代操盘模式
- 10. 股权模式
- 11. 贴牌模式
- 12. 跨界模式
 - ✓ 家装渠道
 - ✓ 家电维修渠道
 - ✓ 家政清洗
 - ✓ 物业渠道
 - ✓ 地产渠道

二、空调渠道管理创新

- 1. 空调渠道人联网的形成
- 2. 渠道冲突与大数据的管理
- 3. 从管理链到价值链
- 4. 产品利润到平台利润

三、空调渠道运营创新

- 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:空调的社群营销方式
- 案例：OPPO 手机的渠道运营

第五章：新零售业态与借鉴

1. 微信与社群营销
2. 消费者需求挖掘与粘性
3. 案例：空调静音终端品质的展示
4. 家庭、香薰环境的布置
5. 会员的星巴克模式
6. 新零售门店赋能的借鉴
 - ✓ 社群社群聚人门店体验
 - ✓ 按照新零售进行人货场对接
 - ✓ O2O 线上活动拉动及线下体验
 - ✓ 京东到家模式
 - ✓ 微信小程序的引流
 - ✓ 案例：超级物种的聚人方法
 - ✓ 案例：宜家的超级体验
 - ✓ 案例：盒马生鲜的 3 公里内服务
 - ✓ 案例：物业彩之云免费模式

