

## 《营销创新性运营与经销商业绩增长》课程教学大纲

**课程名称：**《营销创新性运营与经销商业绩增长》

**课程性质：**内训

**教学时长：**1-2天，建议两天

**培训学员：**大区经理

**课程收益：**1、市场布局好比对区域市场的指挥与实施，要对区域市场、区域经销商、区域市场人口及流向有很强的洞察能力，合理调配资源、重点突破。

2、营销计划的分解与业绩增长

3、构建新型经销商关系

4、团队激励与执行力

5、终端售点运营管控、终端动销的方法

6、关注日化品市场的新业态

7、营销新思维与创新新营销案例解析

**教学要求：**采用课堂讲授与课堂讨论相结合的方式，课堂讲授要求理论联系实际，运用大量实践案例和教学实例，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。

**确保效果的培训方式**

① 课程时间分配：

理论讲解 30% 实战练习 30% 课堂互动 20%

重点案例 10% 工具使用 10%

② 理论讲解结合学员的互动参与，采用“行动学习法”，针对工作中存在的问题，采取：提出问题—头脑风暴-分组 PK-老师专业点评-理论归纳-转变为学员的实操工具或流程。

③ 整个培训包括案例分析、现场解答、让学员处在紧张、热烈、投入的状态中，老师讲授的观点简单实用，容易掌握、方便记忆，达到学完就用，而且用之有效。

④ 收集听课学员实际工作中的问题当做案例解析、回答学员的困惑答疑解惑、切实做到：干货满满、学以致用、实用落地。

**喻国庆** 老师有多年的营销职业生涯，多家知名企业的营销高管，历经各营销管理职位，有丰富的营销运营管理的实操经历、其中有十年的营销咨询师的积累，专注营销领域，其课程实战落地、理论系统。往往是投资培训的费用，达到营销咨询的效果。

**教学纲要：**第一部分：区域市场布局与规划

一、头部企业及竞品分析

1. 竞争对手的选择

2. 竞争对手数据分析

3. 竞争对手的渠道策略分析

4. 竞争对手产品策略分析

5. 竞争对手营销策略分析

6. 竞争对手价格策略分析

7. 促销与动销分析
8. 经销商关系分析
9. 团队战力分析
10. 投入产出分析
11. 案例：张经理的“手抄布局地图”
12. 案例研讨：接收一个区域如何画好作战地图

## 二、销量预测的方法

1. 行业增长率
2. 区域与人口数
3. 人口流动去向
4. 去年同期
5. 竞争环境
6. 爆款产品
7. 市场投入

## 第二部分：营销业绩地执行、检核及考评

### 一、营销业绩落地执行的氛围

- 1、责任第一，承担使命  
工具：营销目标责任书
- 2、要放下包袱，克服畏惧
- 3、空杯归零，埋葬过去辉煌业绩
- 4、保持高昂的斗志和必胜的信念  
工具：营销目标宣誓模板

### 二、业绩提升，应该做什么？

- 1、达成目标依靠平时打好基础  
做到四勤：脚勤、手勤、口勤、脑勤
- 2、月初认真准备
  - √争取合理的销售任务
  - √把任务分解到具体的工作计划中
  - √确保资源到位
  - √工作必须突出重点
- 3、月中紧抓过程管理

### 三、抓住促使营销目标达成的三个关键点

1. 提前备
2. 中间分
3. 月底压

### 四、如何对营销目标进行有效的跟踪检查？

- 1、跟踪检查的目的是什么？
  - √激励——做正确的事
  - √控制——要注意纠偏
    - ✓ 溯源——找到不达标的原因
- 2、跟踪检查要遵循哪些标准？
- 3、建立跟踪检查制度要注意哪些要点？  
案例研讨：任务量是如何分解的

### 第三部分：关注新业态对市场的影响

1. 新营销：定向铺市、定点引爆、一地一策、流量共享
2. 三度空间+三位一体：线上+线下+社群；认知+交易+关系
3. 深度分销到深度粉销
4. 新零售是对传统终端的革新
  - ✓ 吸引更多流量
  - ✓ 提高转化率
  - ✓ 利用新技术
5. 新零售对卖场网点的重购
  - ✓ “人”的重构：引流的方法
  - ✓ “货”的重构：畅销产品合理库存、利用新技术
  - ✓ “场”的重构：购物体验感、便捷性

3、

社区团购操作关注的三点：

- ✓ 供应链：商品供给流率、浮动毛利率
  - ✓ 团长：能力、流失率、成长性
  - ✓ 履约：成本、效率、时效
- 4、社区团购的案例
    - ✓ 同城生活
    - ✓ 十荟团
    - ✓ 美宜佳选

### 第四部分：市场业绩提升

#### 一、业绩增长的“三口锅”

1. 第一口锅：适销对路的产品
2. 第二口锅：给力负责的经销商
3. 第三口锅：专业的营销能力

#### 二、业绩增长的十大策略

1. 体系优化策略
2. 单品爆款策略
3. 样板市场与样板经销商策略
4. 避实就虚策略
5. 结构优化策略

#### 三、终端网点动销十大法则

1. 价格法则
2. 生动法则
3. 关爱法则
4. 佳配法则
5. 流量法则
6. 跟随法则

### 第五部分：构建新型渠道商零/售商的经销商关系

1. 经销商拜访与签单的误区
2. 经销商相处的 6 项技巧
3. 向经销商的 8 大输出
4. 一张报表看清经销商的经营
5. 关注经销商盈利
6. 经销商的分类与分层管理
7. 管理的“支、帮、促”
8. 经销商的参与感
9. 经销商的口碑传播
10. 经销商的样板效应
11. 留住经销商：维护现有经销商
12. 激活经销商：激活休眠经销商

## **第六部分：经销商团队的激励及执行力**

### **一、团队的沟通与激励**

1. 营销团队的黄金搭档
2. 新员工的“奶爸”管理制
3. 团队激励常用的方法
  - ✓ 及时鼓励
  - ✓ 样板示范
  - ✓ 信任放权
  - ✓ 比附效应
  - ✓ 多讲“小话”
4. 管理沟通的身体语言忌讳
5. 有效管理沟通的十条基本原则
6. 倾听的五个层次
7. “说”的技巧
8. 如何与上级沟通
9. 如何与同事沟通
10. 与下属沟通的原则
11. 沟通冲突处理

### **二、打造执行力**

1. 什么是执行力
2. 树立执行意识
3. 为什么执行难

4. 执行对个人的影响
5. 如何形成执行的习惯
6. 执行难的深层剖析
7. 执行型员工的特点
8. 提高执行的思路

- ✓ ABC 法则
- ✓ 西点的军规
- ✓ 执行的关键
- ✓ 执行的步骤
- ✓ 执行与目标
- ✓ 执行的文化

## **第七部分：构建营销创新思维**

### **一、新的思维推动营销增长**

1. 什么是全网营销
2. 新零售的解读
3. 创新思维及在营销中的运用
  - ✓ 横向思维
  - ✓ 逆向思维
  - ✓ 非线性思维
  - ✓ 时空思维
  - ✓ 结构思维
  - ✓ 合分思维
  - ✓ 共赢思维
  - ✓ 复利思维