

《渠道系统运营与赋能全攻略》课程教学大纲

课程名称：《渠道系统运营与赋能全攻略》

课程性质：公开课、内训

授课对象：营销人员、企业管理人员

教学时长：一天

【课程收益】

- 1、系统性、多方位的营销管理与运营的知识；
- 3、营销的区域市场管理的焦点问题；
- 4、营销赋能与激励保证营销任务的完成；
- 5、实操性的案例讲解、落地实用的工具运用保证了课程的实用性；
- 6、互联网时代新颖的管理运营理念、权威性的专业知识；
- 7、赋能营销的进步与成长；
- 8、学员的短板补缺、现场答疑、学以致用；

【授课方式及效果】

① 程时间分配：

理论讲解 30% 实战练习 20% 课堂互动 20%

重点案例 20% 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：理论讲解、提出问题—老师专业讲解-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、团队研讨等形式，讲授的观点实用，容易掌握记忆，学员可以系统地学习相关的理念、原则和方法，可以学完就用，而且用之有效。

【教学纲要】

第一部分;营销政策制定能力

1. 市场整体布局与规划
2. 账期与额度管理
3. 市场激励政策制定
 - ✓ 返利标准
 - ✓ 返利时间
 - ✓ 返利形式
 - ✓ 返利条件
4. 促销的对象与力度
5. 重点客户管理
6. 区域运作以预算为核心
7. 盈亏平衡点的计算
8. 构建利润梯度基于营销模式的利润体系设计要点
9. 营销预算编制的方法
10. 工具：预算的“临界点”
11. 工具：月度营销指导书

第二部分：营销区域与价格管理

一、经销营销的价格运营

1. 企业只有出厂价-裸价

2. 企业只对零售终端进行控制-半控价
3. 旧产品穿上“马甲”，推出新产品
4. “薄利多销”:单产品的薄利、总体的厚利
5. 营销各环节“挣钱”的利润设置策略组合
6. 多样的利润设置策略执行方式
7. 营销利润空间设置的的合理性辩证
 - ✓ 企业品牌价值的对营销销量的影响
 - ✓ 营销商常思考的-投资回报率
 - ✓ 利薄的营销商常常认为-带钱打工
 - ✓ 营销商工作量与收益的关系
8. 营销利润缺口的解决办法
 - ✓ 全国一盘棋的思想
 - ✓ 个别地区扶植的方法
 - ✓ 市场前景评估
 - ✓ 指标评估
 - ✓ 费用评估
 - ✓ 奖励或补贴方式
8. 工具：区域市场运营的 STP 分析
9. 案例：劲牌的六专管理赢得销量暴增

二、引起产品价格混乱的原因

1. 利润空间体系混乱的防治
2. 坎级返利造成的价差
3. 销量返利过大
4. 季节价差太大
5. 调价执行不当
6. 政策失当

7. 货物奖励

8. 促销补贴

三、产品价格混乱的管控方法

1. 企业方全程控价制度

2. 乱价处罚保证金

3. 加强培训和监督

4. 各种媒体公开报价避免私自涨价

5. 乱价通报及警告

6. 降低营销商等级

7. 停止供货

8. 处罚、撤换营销

9. 工具：产品定价法

10. 工具：如何绘制产品战术图

11. 案例：可口可乐窜货管理的防方式

第三部分、营销激励的方法

壹、营销及客户激励的种类

1. 分层分类客户管理

2. 不同的区域激励计划

3. 新产品推广激励

4. 库存产品激励

5. 新市场新客户开拓激励

6. 管理提升激励

贰、常见的激励方法

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