

线上线下便利店运营

课程背景：

在市场渠道日益激烈竞争的现代社会，企业如何开发和保持经销渠道？
我们如何选择经销渠道呢，我们又如何和他们共赢发展呢？
线上和线下便利店如何整合，共谋发展？

课程说明：

《线上线下便利店运营》对需要开发线上线下渠道，并需要便利店绩效的企业提供了管理方法。

《线上线下便利店运营》课程就是帮助企业渠道管理人员掌握如何有效选择合适的便利店，如何管理和推动便利店发展，去达成企业的目标。

课程收益：

《线上线下便利店运营》课程就是帮助企业渠道管理人员掌握开发便利店，落实便利店运营工具，考核便利店业绩。

《线上线下便利店运营》将有助于您实现以下目标：

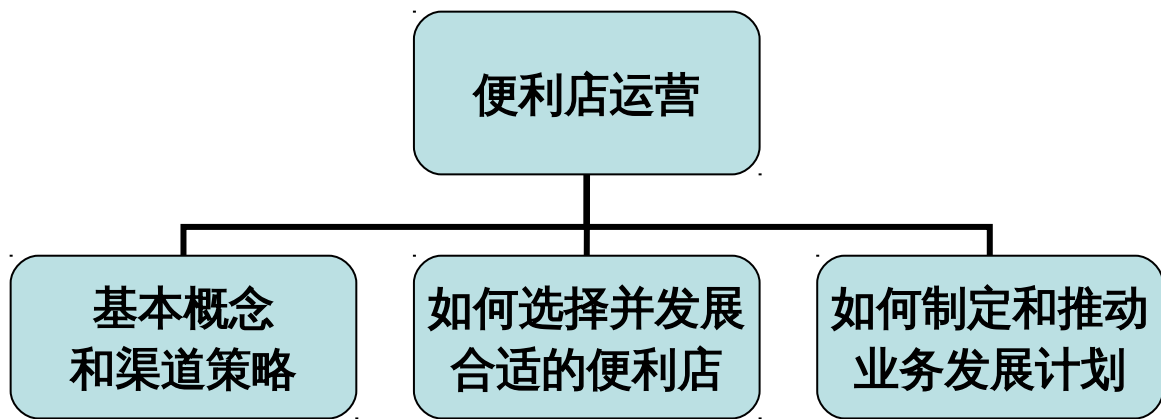
- 了解和掌握现代渠道开发
- 有效整合线上线下渠道
- 能够有效本课程中的工具和方法
- 能很好地配合企业整体销售战略

课程时间：1-2天，6小时/天

课程对象：有渠道管理需求的销售主管、经理等

课程方式：授课、视频、互动、小组练习、案例讨论等

课程模型：



课程大纲

第一讲：经销渠道的基本概念及渠道销售策略和规划

一、现代线上线下结合的商业模式

1. 现代线上线下商务模式的发展

案例：优衣库

2. 线上线下融合的商业策略

互动：新模式 VS 传统模式

案例：资生堂的新零售

二、经销渠道的规划

1. 渠道发展的区域规划

2. 渠道发展策略

互动：构建新零售下的便利店

第二讲：选择和发展合适的线下便利店

一、谁是合适的便利店

1. 线下便利店的优劣势分析？

1) 线下便利店的优劣势

2) 便利店的期望值

2. 合适便利店的选择

1) 强弱势的背后

2) 对你而言的价值

3. 便利店的“硬件”与“软件”比较

4. 目标便利店的画像与你的最低标准或底线

二、选择合适的便利店

5. 选择合适的便利店(合作伙伴)的程序与相关资源

6. 选择便利店的常规工具和方法

案例：1. 谁是我们理想的便利店

2. 选择便利店合作关系的成功之路

第三讲：制定有效的便利店业务发展计划

一、了解计划和目标管理的重要性和实际意义

1. 目标管理的重要性

1) 理解便利店的方向

2) 界定便利店的目标

2. 目标管理的实际意义

- 1) 如何分解你的目标
- 2) 如何跟踪你的目标

二、如何制定区域便利店的“年度业务发展计划”

- 1、市场与客户(项目)的调查分析
- 2、便利店能力与资源配备
- 3、厂方的支持与资源配备
- 4、目标,预算 (ROI) 分析与控制
 - 1) 预算和产出
- 5、行动计划制定与执行

三、启动新便利店及便利店的试行期考核

- 1、辅导与培养便利店成长
 - 1) 你的辅导技能
- 2、销售能力与管理能力
 - 1) 指导便利店完成目标

案例：成功渠道开拓管理实例分析

四、便利店的体验提升

- 1、消费者体验提升之四季锦囊
 - 1) 提升消费者的仪式感
 - 2) 提升消费者的个人情感
 - 3) 提升消费者的舒适感
 - 4) 提升消费者的安心感
- 2、体验案例分析
五星酒店的安心感等等

第四讲：便利店的日常管理及冲突的处理

一、便利店业务运作的指导及报表管理

1. 信用额度的控制及方法
 - 1) 便利店之应收款分析及指导
2. 市场销售及品牌推广活动的管理和实施

二、便利店业绩评估标准制定及执行评估程序和方法

1. 便利店业务衡量评估的几个 KPI 指标分析应用
2. 观察便利店日常工作情况动态的几个常用方法
3. 便利店激励与制裁政策的制定和有效实施方法
 - 1) 便利店需求动机的有效分析
 - 2) 激励方式和激励手段
 - 3) 常用的压制,打击和制裁便利店“出轨”的手段
4. 便利店的日常拜访会谈及日常问题处理程序和方法

三、渠道冲突的几种表现和有效防止或处理方法

- 1、渠道冲突的常见情况及原因分析
- 2、倾销和冲货的问题及应对
- 3、争夺客户及项目的控制管理
4. 便利店的中(终)止及更换的程序
5. 如何培育便利店的满意度,忠诚度

案例：1. 便利店信用额度的计算

2. 如何推动便利店现款现货政策

3. 区域间产品冲货的有效解决方法
4. 如何有效帮助便利店拓展市场

回顾与探讨，理解线上线下便利店运营的要素

一、回顾线上线下便利店运营各种要素

1. 回顾线上线下便利店运营的四个方面
2. 制定个人行动计划

二、行动计划交流

1. 行动计划交流
2. Q&A