

新模式下渠道开发

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？
线上和线下经销商如何整合，共谋发展？

课程说明：

《新模式下渠道开发》对需要开发商业渠道，并需要经销商绩效的企业提供了管理方法。

《新模式下渠道开发》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经销商，如何管理和推动经销商发展，去达成企业的目标。

课程收益：

《新模式下渠道开发》课程就是帮助企业渠道管理人员掌握开发经销商，落实经销商管理工具，考核经销商业绩。

《新模式下渠道开发》将有助于您实现以下目标：

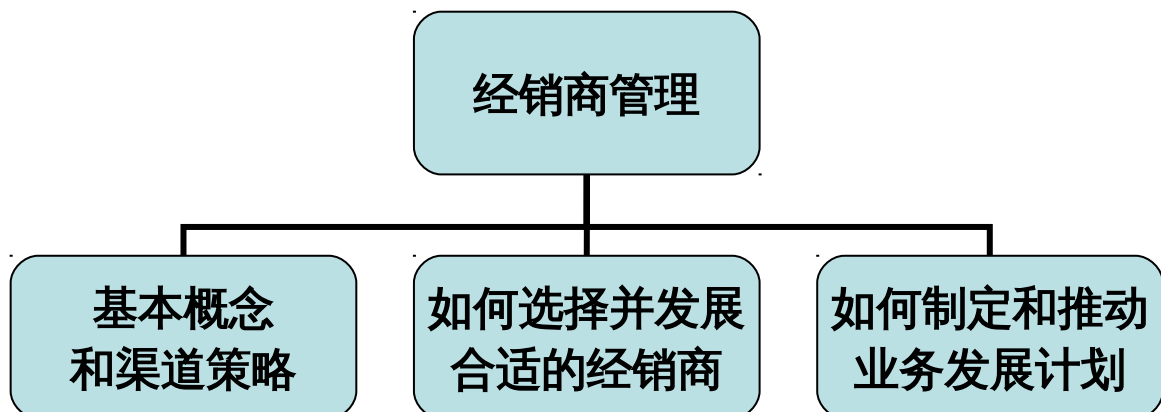
- 了解和掌握现代渠道开发
- 有效整合线上线下渠道
- 能够有效本课程中的工具和方法
- 能很好地配合企业整体销售战略

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/资生堂

2. 线上线下融合的商业策略

互动：新模式 VS 传统模式

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：构建你的商业渠道

第二讲：选择和发展合适的经销商

一、谁是合适的经销商

1. 经销商的优劣势分析？

1) 经销商的优劣势

2) 经销商的期望值

2. 合适经销商的选择

1) 厂家的利益

2) 经销商的利益

3) 双方利益的差异

4) 经销商的需求模型

5) 经销商的驱动因素

3. 经销商的“硬件”与“软件”比较

1) 经销商选择的硬件

考察经销商的定量维度

2) 经销商选择的软件

考察经销商的定性维度

3) 经销商选择的综合考量

4. 目标经销商的画像与你的最低标准或底线

制定你的经销商选择标准

二、选择合适的经销商

5. 选择合适的经销商(合作伙伴)的程序与相关资源

6. 选择经销商的常规工具和方法

案例：1. 谁是我们理想的经销商

2. 选择经销商合作关系的成功之路

第三讲：制定有效的经销商业务发展计划

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) 理解经销商的方向

2) 界定经销商的目标

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、如何制定区域经销商的“年度业务发展计划”

1、市场与客户(项目)的调查分析

2、经销商能力与资源配备

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、启动新经销商及经销商的试工期考核

1、辅导与培养经销商成长

1) 你的辅导技能

2、销售能力与管理能力

1) 指导经销商完成目标

案例：成功渠道开拓管理实例分析

回顾与探讨，理解新模式下渠道开发的要素

一、回顾新模式下渠道开发各种要素

1. 回顾新模式下渠道开发的四个方面

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