

《新形势下的经销商盈利新模式打造与提升》大纲

主讲：崔自三

后经济危机时代，市场压力将进一步加大，厂商协同，不离不弃，将是顺利发展、谋取共赢的有力保障。为配合企业经销商会议，特设置以下培训内容。旨在通过培训，拓展经销商思维，开阔经销商眼界，提升盈利能力，更好地提升市场份额，增强核心竞争力，从而立于不败之地。

【培训目的】

- 1、清醒认识当前困境与挑战，从被动销售到主动经营
- 2、利润来自于市场，积极向市场要份额、要利润
- 3、开源节流，重塑渠道及价值，提升盈利水平
- 4、打造和历练教导型团队，主动出击，拓展市场
- 5、让经销商认识到，只有厂商一心，才能做强做大市场

【课程特色】

1、该课程通过活泼、生动的讲解，结合讲师在经销商战略发展与管理方面丰富的实战经验和理论水平，让学员在轻松快乐的气氛中学习和受益；

2、课程内容具有较强的前瞻性，学员可了解到新的盈利模式及其创新点，从而确定自己的努力方向与对策，以达到提升业绩及盈利目的。

3、帮助经销商进行精确定位，以便于与企业形成长期的共赢关系。

【授课对象】

经销商及其核心员工

【授课时间】

6.5 标准课时

【课程内容】

引子：

小故事，大道理

——从一则故事看经销商盈利模式构建与提升

第一部分：新形势下的经销商面临的盈利挑战与应对方向

一、当前经销商面临的市场盈利难点

- 1、挣钱难？这是行业竞争的必然结局
- 2、钱难挣？老套路、旧方法效果越来越不理想
- 3、难挣钱？缺乏运营盈利的能力与新的思路

二、如何解决当前经销商盈利不足的发展难题

- 1、转变思维，打开思路，创新盈利手法
- 2、利润来自于市场——学会向市场要利润
- 3、重塑渠道，广泛开源
- 4、打造有战斗力的教导型营销团队

5、……

第二部分：新形势下经销商如何提升运营盈利能力向市场要利润？

一、做大做强——规模分摊成本

- 1、最好的防御是出击
- 2、检核阻碍销售增长的因素
- 3、做大规模的八大方法

案例：某调味品经销商的业绩增长路径

二、优化结构——结构产生利润

- 1、盘点产品组合，是不是金字塔形？
- 2、未来产品结构发展趋势
- 3、用波士顿矩阵决策产品走向
- 4、能盈利的产品结构是怎样的？如何调整？

案例：非常 6+1，有效改善产品结构

三、促销拉动——勇夺市场份额

- 1、如何设计促销才有效？
模板：基于人性的促销策略设计
- 2、有助于销量及利润提升的促销实战技巧
案例：促销，应该这样做
- 3、促销盈利，这样投入收效才最大

案例：对标促销投入产出

四、全民动员——打一场“人民”战争

- 1、全民动员，全员营销
- 2、责任共担，利益均沾
案例：某经销商为何能销量最大？

五、互联网营销——巧妙借力多盈利

- 1、与时俱进，积极“触网”
- 2、经销商互联网营销的四种方式

案例：爱便利的 O2O

案例：某经销商的互联网营销

第三部分：经销商渠道重构与业绩盈利拓展

一、渠道重要性

- 1、渠道的三种角色
- 2、渠道在市场竞争链条中的位置
案例：海南某调味品经销商的渠道设计

二、渠道未来发展趋势

- 1、扁平化
- 2、多元化
- 3、一体化
- 4、执掌化
- 5、价值化

案例：某快消品行业的 30 余种渠道提销量

三、有助于盈利提升的渠道策略

1、全渠道策略

工具：渠道拓展计划表

案例：双汇五道计划

2、渠道分类管理

工具：渠道分类工具

案例：康师傅渠道分类及管理方法

3、搭建命运共同体——商商一体化

案例：娃哈哈的渠道联销体

案例：某厂商的区域销售公司

4、特通渠道的拓展

案例：某调味品经销商开拓海军基地

5、渠道前置，终端拦截

案例：株洲某粮油经销商的终端社区营销