

《区域生意经营致胜》

课程性质：企业内训/公开课

课程学员：区域经理/区域管理

授课时间：一天

教学要求：采用课堂讲授与课堂讨论相结合的方式进行，课堂讲授要求理论结合实际，运用大量案例和教学实例，深入浅出、旁征博引，要求讲师现场互动以消化老师的课程内容。

教学大纲

第一章：赚钱的基本逻辑和知识

1. 开源与节流
2. 投资回报率
3. 投入产出比
4. 偿付能力
- ✓ 现金比率
- ✓ 资产负债率
5. 运营能力，
- ✓ 应收账款周转次数，
- ✓ 库存周转率
- ✓ 资产周转率
6. 盈利能力，销售毛利
- ✓ 销售净利率
- ✓ 资产收益率。
7. 经营指标的预测内容
8. 企业经营核心报表-财务三大报表
9. 销售报表-进销存管理
10. 如何应用规模盈利
11. 营销减少库存的方法

第二章：做好自己的市场的布局

一、城市运营的总体思路

1. 做好区域市场规划与布局
2. 自己在市场的定位
3. 竞争市场分析
4. 客户分需求分析
5. 市场分析的方法及工具
6. 销量预测管理
7. 做好计划和资源调配

二、提升经营思路

1. 注意资本在 market 的作用
2. 互联网新经济的特点
3. 拓宽融资的渠道与方法
4. 整合资源的跨越发展
5. 平台化与员工的自我管理
6. 产品线的管理与利润增长

营销看尽高利润来源

7. 品牌打造与附加值
8. 样本市场与区域扩张

三、市场意识

一、以客户需求为导向的市场意识

1. 客户意识

✓ □ 客户的分类与分层

✓ □ 订单与交付

2. 服务意识
3. 信息意识
4. 口碑意识
5. 利润意识
6. 爆品意识
7. 案例：华为的客户关系维护
8. 案例：海底捞的服务意识

第三章：市场营销计划与预算管理

1. 制定营销计划与预算中常见的误区
2. 营销计划的重要性
3. 行业与市场调研的方法
4. 当计划没有变化快，业绩完不成怎么办？
5. 如何进行 SWOT 分析
6. 销售预测的六大方法
7. 销量分解的五钟方法
8. 如何准确的制定营销计划
9. 完成计划的常用策略
10. 如何制定月度营销指导书
11. 工具：一张报表看清营销能力
12. 案例：为什么月报、周报、日报都不起作用
13. 案例：王总公司的营销费用为何总是超标

二、营销费用预算

1. 企业运作以预算为核心
2. 营销预算在企业预算体系中的地位
3. 营销预算应该参与的部门
4. 营销预算常用的科目
5. 四种营销费用预测的方法
6. 盈亏平衡点的计算
7. 盈亏平衡点的分析
8. 营销预算编制的规定
9. 营销预算使用的管理规定
10. 案例：可口可乐的预算管理

第四章：应收账款管理

1. 企业客户的正确定义
2. 信用评估的标准

3. 客户信用调查分析
4. 客户信用风险识别
5. 应收账款产生的原因
 - 品牌影响力差
 - 产品销售力差
 - 遗留问题太多
 - 服务不周到
 - 赊销太随意
 - 客户不良习惯
 - 客户经营不善等原因
6. 如何做好催款工作?
7. 帐龄与追帐成功率
8. 应收账款管理
9. 催款的 15 种技巧
10. 总结-精准营销