

## 《酒水渠道的开与创新》课程教学大纲

**课程名称：**《酒水渠道的开发与创新》

**课程性质：**内训

**课程学员：**业务人员，包括：办事处以上级别、办事处客户经理、营销部门负责人等；

**教学时长：**0.5-1天

**课程收益：**渠道的开拓是企业产品迅速占领市场的重要方法，优质渠道的打造是企业销量迅速提升的重要方法，因此渠道考察、渠道设计、渠道管理是业务经理的必修课。

**教学目标：**通过学习学员可以掌握渠道的考察、设计、选择、管理、整顿等渠道操作中的系列知识，学会针对渠道难题破解的方法，从而提升渠道的效能，以及在互联网时代渠道创新的重要方法，本课程具有渠道管理的系统性和创新性。

**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，要求讲师运用电脑多媒体课件和网络技术作为教学辅助工具，同时配备课堂练习，现场互动以消化老师的课程内容。

### 第一章：渠道布局与规划

#### 一、渠道的设计与选择

1. 渠道的主要功能有哪几种？

2. 渠道开发的整体策略

✓ 渠道的宽度设计

✓ 渠道的广度设计

✓ 渠道的长度设计

3. 渠道数量与质量目标

4. 酒水的渠道分析

✓ 商超渠道

✓ 便利店渠道

✓ 团购渠道

✓ 餐饮渠道

✓ 礼品渠道

✓ 特殊渠道

工具：酒水盘中盘在渠道开发运营

### 第二章:渠道的运营案例

#### 一、牛栏山渠道的直分销体系

1. 可口可乐直分销对酒水行业的影响

2. 直分销的操作要点

3. 直分销的组织体系

4. “直销”和“分销”协作

5. 直分销模式运行步骤

## 二、劲酒厂商一体化的渠道变革

1. 厂商分离到营销分离
2. 厂商职能分工与协作
3. 倒树状立体化渠道的形成
4. 厂商利益分配
5. 渠道变革带来的销量增长
6. 工具：渠道活力模型
7. 工具：终端八达标
8. 工具：经销商经营能力判断表
9. 案例：章贡酒业的渠道保卫战
10. 案例：李度酒渠道招商对我们的启发

## 三、渠道的高效运营

1. 厂家核心的“两张牌”
2. 渠道优化六原则
3. 渠道管理的“六专”
4. “管卡压”到“支帮促”
5. 向渠道商的八大输出
6. 渠道商向品牌运营商转变

## 第三章：酒水与新营销

### 一、五粮液邺酒区域市场的新营销破局

1. 自媒体的运营
2. 现场活动与微信传播
3. 赠券激活渠道带动招商
4. 终端找酒激活终端
5. 吃霸王餐与最美老板娘评选

### 二、渠道变革与新营销

1. 天网、地网、人网的三网形成。
2. 白酒的新消费群体
3. Z时代消费者画像与分析
4. 白酒的新消费场景
5. 白酒的新终端。
6. 案例：可口可乐的全链路数字化营销
7. 案例：优布劳精酿的1990粉丝运营模式

