

---

# 门店选址与渠道开发战略

## 培训受众：

市场总监、销售总监、区域销售经理、以及其它高层营销管理人员；  
企业渠道高级管理人员；  
企业区域销售经理、营销各部门经理、区域主管；  
企业各级销售代表、导购、业务人员。

## 课程收益：

本课程的目标主要集中在以下方面：  
让企业营销管理人员和渠道树立计划管理的意识，认识计划管理的重要性；  
让企业营销管理人员了解渠道管理的基本内容与方法。  
通过培训激发企业营销人员和经销商改善经营，提升销售量的动力；  
让企业营销管理人员和经销商了解销售计划工作的基本过程；

## 课程纲要：

### 一、渠道终端面临的市场挑战与分析

- 竞争激烈化
- 竞争品牌化
- 竞争精细化
- 竞争微利化

#### 1、市场分析：

包括产品所处阶段、市场总容量、竞争对手情况、潜在合作伙伴等。

#### 2、公司资源分析：

包括现有渠道资源、现有产品资源，以及规划中产品资源等。

### 二、渠道变革下的分销模式选择

渠道设计的步骤与影响因素

渠道总的演进趋势

合理渠道的标准

渠道规划的具体原则

构建管理型的营销价值链

渠道的具体流程设计

### 三、明确渠道规划的原则

- 1、经济性原则
- 2、控制性原则
- 3、适应性原则
- 4、匹配性原则

### 四、如何在渠道中建立市场竞争优势

- 1、建立渠道竞争优势

- 
- 区域市场营销面临的挑战
  - 区域市场优势战略理念
  - 建立区域市场竞争优势的战略意义
- 2、渠道优势建立的关键要素
- 区域市场
  - 核心客户
  - 终端网络
  - 客户顾问
- 3、建立渠道优势的四大原则
- 目标集中原则
  - 攻击弱者及薄弱环节原则
  - 巩固要塞，强化品牌根据地原则
  - 掌握大客户原则
- 4、终端管理者的十大修炼
- 基于客户关系的客户开发与管理能力
  - 基于区域市场全局的网络布局能力
  - 基于流程畅通的营销决策和服务能力
  - 基于人性化的营销团队领导与激励能力
  - 基于品牌价值的终端推广与策划能力
- 5、如何做好渠道市场推广
- 1)、常用的促销手段
- 特价促销
  - 赠品促销
  - 联合促销
  - 抽奖促销
  - 活动促销
- 2)、区域市场推广战术
- 新产品上市的渠道战术
  - 销售旺季的渠道战术
  - 销售淡季的渠道战术
  - 阻挡对手的渠道战术
  - 消化库存的渠道战术
  - 多产品推广的渠道战术

## 五、店铺开发选址

- 1、终端店面选址十大误区
- 一不顾形象，徒求销量
  - 二迷信黄金地段
  - 三盲目进入竞争饱和区
  - 四偏离行业商圈定位
  - 五迷惑于客流量的表象
  - 六缺乏借势意识
  - 七广告空间考虑不足
  - 八低估消费购买惯性

- 
- 九忽视顾客消费便利性
  - 十不考察商业环境的未来变迁
- 2、店铺选址五要素
- 一明确你的经营方向
  - 二测定客流量
  - 三考虑同类竞争关系。
  - 四运输与仓储
  - 五安全问题