

检验及发展渠道策略

概述

在市场的竞争下，需要定期地检验及调校渠道策略。所以此课程的设计是透过不同的工具，让学员贡献对市场的理解，与讲师共同探讨如何调校渠道策略，以达到更高的市场占有率。

检验及发展渠道策略			
模块	课程大纲	时间分	教学方法
课程导入	<ul style="list-style-type: none"> • 开场 (客户方) • 破冰活动 • 研讨公约 • 课程介绍 • 讨论：学员面临的挑战是什么？ 	30 分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 猜猜看 • 小组讨论
第一单元 商业模式 131001	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：市场的随时在变化，竞争者也不断寻求新的商业模式的发展来抢占市场，因此，检验渠道策略的第一步，一定是先探讨商业模式。 • 介绍商业模式的九大模块 • 活动： <ul style="list-style-type: none"> - 绘制商业模式的九大模块 - 一组针对现在公司的商业模式来分析，其他组选择某一竞争者进行商业模式的分析 - 各组分享及反馈后，各组各自提出再最短时间内可行的发展机会 	180 分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 工具介绍 • 小组讨论
第二单元 客户分析	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：确定客户定位及客户的偏好 • 客户画像的分析及描绘 • 客户的现在购买体验 • 客户的购买行为及渠道偏好 • 活动： <ul style="list-style-type: none"> - 各组针对被指派的客户区隔，进行客户画像及渠道偏好 	90 分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 小组讨论 • 跨组建议
第三单元 情况分析 131002	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：分析各种不同的信息及数据，分析并总结，透过 SWOT 分析，找到发展的机遇及问题 	180 分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 小组讨论 • 跨组建议

	<ul style="list-style-type: none"> • 收集市场信息的渠道 • 市场信息（外在影响）：经济的, 社会的, 科技的, 法规的, 外在影响范例 • SWOT 分析：总结市场企业的优势及弱势，市场的机会和威胁。 • 问题和机会分析：将我们公司和关键成功因素比较，明确公司的问题，和市场的机会。 • 活动： <ul style="list-style-type: none"> - 各组针对被指定竞争者进行 SWOT 分析 - 明确机遇及问题 		
<p>第四单元 战略地图及战略战术 131004</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：审视及制定战略地图（生意机器），选择确实有效的策略，发展可以执行的战术 • 制作策略地图 • 寻找适合的策略，达成目标 • 发展可以执行的行动计划 • 活动： <ul style="list-style-type: none"> - 建立战略地图，各组互相分享及反馈 - 各组制定三个快速可行的策略及行动计划 	150 分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 小组讨论 • 跨组建议
<p>第五单元 经销商管理</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：经销商的管理是生意的关键环节，所以需要制定可行的管理流程及最佳实践方式 • 基本理念 • 如何挑选经销商及决定渠道密度 • 选择吸引经销商加入政策 • 发展经销商共同生意计划及流程 • 活动： <ul style="list-style-type: none"> - 制定挑选经销商的条件 - 吸引经销商推动业务的政策 - 角色扮演：如何与经销商定年度销售目标及计划 	150 分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 小组讨论 • 角色扮演
<p>总课时长： 13小时 0分</p>			
<p>休息时间： 上下午各一场 15 分钟休息</p> <p>中饭时间： 1 个小时</p>			