

渠道管理课程 - 快速消费品市场

课程简介:

在快速消费品市场的快速变化下，许多公司都在进行销售团队及渠道的整合，同时将一部分的工作外包，也增加了渠道管理的复杂度。因此在这个课程中，希望能够解决：

- 梳理渠道管理的工作
- 如何与第三方合作
- 如何管理整合后的销售渠道/经销商
- 如何做好销售预测
- 如何影响经销商的行动及态度

课程目标:

1. 向学员介绍经销商的基本特征和功能。
2. 让学员掌握经销商网络的选择和建立。
3. 使学员提升对营销通路管理和掌控的能力。
4. 提供操作性强的经销商评估和管理的工具。
5. 建立经销商管理体系，并激励经销商。
6. 明确如何做好组织变更后的工作分工
7. 如何与经销商合作推动终端的活动
8. 如何与经销商做好定期会议

课程安排

第一单元 渠道策略的基本概念

1. 什么是渠道
2. 推的策略 (Push)
3. 拉的策略 (Pull)
4. 渠道策略的基本要素
5. 市场的区隔
6. 消费者的偏好分析
7. 市场覆盖设计

第二单元 市场分析

1. 大环境的分析因素
2. 竞争者分析的三个步骤
3. 消费者分析
4. 促销分析
5. 如何进行销售预测

第三单元 筛选及招募经销商

1. 筛选及招募经销商
2. 经销商筛选条件
3. 寻找潜在经销商的途径
4. 招募被确认的潜在经销商的五个步骤
5. 整理你的渠道政策
6. 确定公司的支持
7. 如何对潜在经销商做有力的简报
8. 签订合同及建立关系
9. 新经销商启动

第四单元 阿西工作法

1. 工作运作的难题
2. SOP 的问题
3. 阿西工作法的原理
4. 阿西工作法的模式
5. 我们的工作结构
6. 活动：顾问出马 - 解决问题流程

第五单元 经销商管理

1. 基本理念
2. 市场覆盖分析
3. 建立伙伴关系的五个法则
4. 四种有效的经销商沟通方式

第六单元 召开经销商会议

1. 发展经销商共同生意计划及流程
2. 如何说服经销商承诺销售量
3. 会议提示
4. 讨论的议程

第七单元 终端业务的推动

1. 获得经销商零售终端支持的挑战
2. 工作分工的定义
3. 人类的需求分析
4. 获得支持的话术