

《新商业环境下，经销商业绩持续增长策略》

讲师：徐汉强

【课程背景】

三年疫情，促成了后疫情时代的“新消费、新业态、新商业”之格局，又遇全球性消费通缩之影响，以及直播带货、社区团购等新势力的冲击，众多区域经销商的传统营销模式在逐步失效，客户流失、业绩下滑、团队异动……给厂家和经销商都造成了很大的困扰，经销商运营模式的升级迫在眉睫，如何借助社群与圈层新商业思维进行新型经销商转型，并实现经销商与厂家共同盈利性持续增长，是众多厂家关注的重点，也是经销商老板最关心的事情。

【课程收益】

- 思维转变：打破传统思维模式，从传统思维到用户思维的升级转变。
- 实效运营：通过生动的方法工具呈现、案例分析研讨，形成知行合一的学习闭环，帮助经销商找到实效落地的方法，并在实际业务场景中的运用，达成销售、提升业绩。

【课程特色】

课程条理清晰、工具实用、案例精彩，实战性强，讲授深入浅出，通俗易懂。

【课程对象】

各厂家的经销商老板、经销商骨干成员、各厂家中高层及区域销售人员

【授课形式】

讲师讲授+案例分析+现场答疑等方式

【课程时长】

1天（6小时/天）

【课程大纲】

一、2023年新消费、新业态下，用户消费的5大变化

- 1、三年疫情，给人们带来了什么
- 2、用户消费的五大变化
 - 1) 居家消费，偏好线上
 - 2) 种草消费，趋向理性
 - 3) 悦己消费，关注健康
 - 4) 体验消费，沉浸其中
 - 5) 场景消费，找存在感

演练：请经销商思考--您的区域内消费者有以上的消费变化吗？他们还有哪些变化？

二、新商业环境下，传统经销商的七大困惑与瓶颈

- 1、渠道发生巨变
- 2、上下游要求提升
- 3、模式单一落后
- 4、名品代理机会锐减
- 5、观念陈旧 创新不足
- 6、传统营销 服务不够
- 7、多品多牌 投机心理

演练：请经销商思考--您还有哪些困惑和瓶颈？（5分钟）

三、传统经销商的“三高”、“三多”困局

- 1、三高：人力成本高、终端门槛高、消费教育门槛高。
- 2、三多：管理上头绪多、杂事多、应酬多。

四、新型经销商如何做好市场运营发展

1、调组织改机制，内部平台化，优化合作方式，赋能创客，创新经营模式。

1) 员工分类与绩效考核：自然醒、点燃醒、点不醒。

2) 培养五有尖兵：（用人留人）

3) 建立新型“合伙人”创客式组织

案例分析：实时案例分析

2、垂直化与多元化齐头并进，依托特色产品进行爆品智造，争做区域化第一。

1) 做减法：垂直化

2) 做加法：多元化

3) “4+1”产品培养模式，进行爆品智造

案例：实时案例分析

演练：请经销商老板思考自己的产品结构该如何优化？（5分钟）

3、线上线下融合，利用社群矩阵升级渠道商客户关系，做好渠道管理

1) 终端渠道社群化管理

2) 团购VIP客户社群化管理

3) 渠道社群化121计划

4) 消费者社群化121计划

5) 社群矩阵管理实战要诀

案例：最新案例分析

4、做运营、做跨界“四大秘诀”，实现产品动销

1) 向跨界要渠道

2) 向场景要销量

3) 向渠道要主推

4) 向体验要黏性

案例：某白酒 & 某精酿啤酒“骑侠创酒庄”

演练：请经销商老板思考，在您的辖区有哪些是联动的资源？（15分钟）

5、现金为王、做好财务体系管理

- 1) 做好产品结构组合，保持资金良性周转。
- 2) 做好库存管理，创新营销方式，向客户要现金流。
- 3) 做好库存管理，创新营销方式，向客户要现金流。

五、新型经销商发展的商业模式创新与转型思考

- 1、商业模式的创新：平台模式、大店模式、连锁模式、联营模式等
- 2、做渠道运营还是品牌运营
- 3、新型经销商如何利用好抖音生态（本地生活）
- 4、从“商商竞争”到“厂商一体化竞争”模式，形成合力抢占市场

案例：实时最新案例分析

六、小结

新商业环境下，经销商真正的竞争：是产品、品牌、模式与服务的竞争！