

# 快消品 B2B 市场开发与拓展

主讲：许敬友

## 一、引子

- 1、合作双赢只是美丽的谎言
- 2、店大欺客，客大欺店
- 3、厂商博弈关系的三层次探讨；

## 二、经销商合作模式与自建渠道开发终端

- 1、渠道下沉，自建队伍开发终端
- 2、联合利华.宝洁等国际巨头十多年前早已采取的市场策略；
- 3、在后来者的位置.我们如何模仿.学习.竞争.超越；
- 4、今麦郎以前的(华龙方便面)终端开发策略成功经验赏析；

## 三、直供渠道的开发：合适的才是最好的

- 1、2004 年亚洲杯招商成败之赏析；
  - 2、开发有意见领袖作用的直供渠道，抢占行业制高点；
  - 3、玩翘翘板游戏，直至完成所有开发目标；
- 北京书市餐饮合作工作渠道成功经验的解析；

## 四、如何开发直供渠道

- 1、找对人是做对事的关键；
- 2、酒店餐饮渠道开发过程中五者模型分析；
- 3、如何攻破内部堡垒；
- 4、利益平衡与取舍:个人利益与公司整体利益如何平衡兼顾；
- 5、直供渠道开发过程中的道德风险和法律风险的防范；

## 五、如何解决进店费与入场费的难题

- 1、原则：要钱的都不是好伙伴；
  - 2、通过促销和品牌传播达成全面销售是我们开发直供渠道的根本目标；
  - 3、“给钱”不如给他赚钱的方法
- 案例分析：“椰牛”椰汁北京开发酒店餐饮渠道失败经验之赏析；  
五谷道场市场开发失败案例之赏析

## 六、销售团队凝聚力、执行力与创造力

- 1、选择合适的人比培训人更重要；
- 2、销售团队负责人最应该解决的问题；
- 3、业绩是衡量销售人员根本标准；
- 4、从“销售精英”到营销精英,华丽转身的 8 条法则；
- 5、销售人员潜质及能力的胜任模型分析；

## 七、现场提问

**备注：**有任何细节咨询欢迎与我联系沟通。