

打造卓有成效的营销奇迹——

# 渠道创新营销实战

——成就营销高绩效的秘密法则

主训师：郑时墨老师

## 【课程背景】

在当今竞争激烈的商业环境中，渠道开发的重要性变得尤为突出。随着市场的日益复杂化和消费者需求的多样化，企业需要不断探索新的渠道，以确保产品或服务能够及时、准确地到达目标受众手中。同时，渠道开发也有助于企业提高市场份额、增强品牌竞争力，并与合作伙伴建立长期稳定的合作关系。

然而，渠道开发并非一蹴而就的过程，它需要深入的市场研究、战略规划和持续的优化。企业需要了解目标市场的特点和需求，以便选择最适合的渠道进行开发。此外，还需要与渠道合作伙伴建立良好的沟通和合作机制，共同推动业务发展。

本课程将为学员提供关于渠道开发的全面指导，从渠道策略的制定到渠道的选择、管理和优化，涵盖了渠道开发过程中的各个方面。通过实际案例和最佳实践，我们将深入探讨渠道开发的挑战和机遇，并提供实用的工具和技巧，帮助企业在竞争激烈的市场中取得成功。

## 【授课对象】

企业渠道销售人员，市场营销人员，营销管理人员，战略管理层面人员等。

## 【培训形式】

实战理论讲授 70%、实战演练 10%、案例讨论 15%、经验分享、答疑 5%以系统实用训练为目标，精彩案例，感动视频分享、动情小故事，生动演讲，游戏，互动训练等形式；培训现场轻松，活跃。

## 【特训课程收益】

- 1、了解学习渠道开发管理的技巧方法；
- 2、学习提升渠道管理的几大模块；
- 3、明确把握渠道的内在需求心理的策略；
- 4、激发渠道合作的策略与方法；
- 5、学习评估和选择绩优渠道的技巧；
- 6、掌握提升销量技巧的方法等

## 【讲授课时】

培训设计时间：1-2天时间（12课时）

## 【课程内容】

### 第一部分 对营销渠道的必备认知

#### 一、对渠道的必备认知

- 1、什么是渠道？
- 2、我们为什么需要渠道合作？
- 3、我们为什么缺乏优秀的渠道？
- 4、销售人员与渠道应该是一种什么样的关系？

#### 二、渠道特性认知

- 1、对本企业营销渠道做清晰画像
- 2、优质渠道 VS 普通渠道

### 3、进行成功渠道开发关键？

案例解析：娃哈哈“织网”赢得天下的经历

## 第二部分：渠道客户销售技巧

### 一、渠道客户开发与售前准备

- 1、渠道客户开发六大策略
- 2、渠道客户精准定位
- 3、客户开发的售前准备技巧

### 二、渠道关系与信任度技巧

- 1、没有信任就没有销售可言
- 2、销售就是在贩卖信任度
- 3、渠道客户关系信任度建设九大策略

### 三、了解并确定需求

- 1、认识人了解人将无所不能
- 2、了解顾客的内容
- 3、在沟通中了解顾客方法

**大量实操训练互动：**

**扑克牌问话游戏展示与训练（10分钟）**

### 四、激发打动客户的策略——塑造产品的独特价值

- 1、塑造产品价值的含义
- 2、为何要塑造产品的独特价值
- 3、如何有效塑造产品的独特价值
- 4、如何对本公司产品进行提炼和塑造

**趣味视频：搞笑学习视频：“3G之战”！**

### 五、了解并解除渠道客户的最终抗拒点

- 1、对顾客抗拒点的全面认知
- 2、抗拒点产生如何解决
- 3、本公司顾客常见抗拒点的针对性解决策略
- 4、常见抗拒点
  - (1) 价格、(2) 时间、(3) 质量、(4) 考虑、(5)、不能做主、(6) 没有预算

**互动：常见抗拒点解决方案（5分钟）**

**互动：常见抗拒点的解除训练（15分钟）**

### 六、做好缔结成交工作

- 1、什么是缔结成交
- 2、缔结成交为什么这么难
- 3、如何踢好临门一脚
- 4、不能成交的原因分析
- 5、如何克服临门“崴脚”
- 6、如何识别顾客的成交信号
- 7、有效缔结的八大技巧训练
- 8、有效成交的话术训练
- 9、缔结成交中的谈判说服技巧

**互动训练：现场谈判成交演示与训练及PK(30分钟)**

## 第三部分、成功进行渠道开发的有效策略

### 一、营销渠道的市场调查

## 1、调查方式：

- A、“扫街”式调查法。
- B、跟随竞品法。调查在当地市场做得最好、销量最大的竞品经销商。
- C、追根溯源法。
- D、借力调查法。(第三方)

## 2、调查内容

经销商基本情况调查

### 二、锁定目标渠道

- 1、选择经销商的标准
- 2、了解目标经销商的需求

### 三、考察目标渠道

- 1、六大方面考察经销商
- 2、判断一个经销商优劣的九大方面

### 四、开发渠道

#### (1)、渠道的拜访

- 1、拜访前的准备
- 2、拜访前的时间选择
- 3、进店招呼技巧
- 4、店情了解
- 5、拜访的方法

#### (2)、渠道沟通

- 1、沟通的原则
- 2、沟通的六大内容
- 3、沟通的七大方式

#### (3)、渠道谈判

- 1、业务谈判的目的
- 2、业务谈判的八个方面
- 3、客户的异议处理
- 4、与客户达成交易的时机把握

#### (4)、合约缔结

- 1、合约签订的内容
- 2、合约签订的注意事项

#### (5)、总结评价

- 1、为什么要进行总结和评价
- 2、总结和评价的方法

#### (6)、渠道服务与管理

- 1、服务管理的原则
- 2、帮助渠道促进销售
- 3、渠道的满意度管理等

精彩案例呈现：优秀的渠道是如何开发出来的？

## 第四部分、有效渠道管理的六大系统

### 一、渠道有效管理六大系统：

① 选择 ② 培育 ③ 激励 ④ 协调 ⑤ 评估 ⑥ 调整

## 二、渠道的培训与辅导

- 1、渠道特点：庙小、钱少、活重
- 2、成为渠道的经营顾问
- 3、帮助渠道打造我方人员
- 4、用培训取代喝酒：培训传播品牌、培训提升技能、培训创造忠诚

## 三、激励渠道的积极性

- 1、明白渠道跟定你的三条件：
  - ① 有钱赚 ② 有东西学 ③ 有未来发展保障
- 2、激活渠道的六个策略
- 3、“老油条”、“鳄鱼型”渠道的三大“死穴”及有效管控的五大法宝

**案例分析：从配合到狮子大开口，张总怎么了？**

## 四、做好渠道的动态评估

- 1、不评估就没有渠道持续增长
- 2、照搬大企业的 KPI 指标害惨人
- 3、实施经销商年/季考核与评估管理
- 4、经常要去查看店面陈列与库存状况
- 5、用 PDCA 法与 5W1H 工具改善渠道中的常见问题

## 五、帮助渠道提升终端销量

- 1、宣传推广
- 2、氛围营造
- 3、销售服务
- 4、隐性渠道
- 5、促销活动

**案例分析：杭州××大渠道不满品牌厂家办事处人员调整，令品牌厂家损失一千万。**

## 五、课程结束仪式

- 1、重点知识回顾
- 2、互动：问与答
- 3、学员：学习总结与行动计划
- 4、企业领导：颁奖
- 5、企业领导：总结发言
- 6、合影：集体合影