

《新零售新思维 经销商变革发展之道》

经销商、厂商的苦恼

- 1、
足，怎么办呢……
- 2、面对成本居高不下，急剧增长、利润急剧下滑，经销商该如何突围呢……
- 3、面对互联网的兴起、网络的冲击，实体店该如何突围呢？如何进入商场呢……
- 4、客户要求越来越多，竞争越来越激烈，利润越来越薄，实体门店该怎么做……
- 5、人才越来越难招、难管、难留，培养的人才一下就飞了，该怎么办呢……
- 6、拓展市场总观望，渠道开发缺方法，厂商该如何共赢发展呢……
- 7、销售和服务该如何提升？门店业绩如何提升？区域目标如何实现呢……
- 8、活动经常做，消费者麻木、经销商疲惫不堪，那么，活动该如何提升呢……

怎么办

变革之道

思想变革 渠道变革

技术变革 方法变革 服务变革



一、课程收益

- 1、**观念与信心**：建立经销商信心、改变思维方式，以新零售的思维突围市场
- 2、**目标驱动**：建立经销商清晰目标管控体系，以目标激发动力、方法而突围市场
- 3、**渠道变革**：引导经销商由单一渠道到多元渠道的发展，深耕市场，强强联手突围
- 4、**团队变革**：引导经销商清晰人才与人力成本的博弈，唯有建立高效团队才能全面突围
- 5、**技术方法变革**：强化经销商学会互联网推广应用、实体门店成交技术，从而突围市场

二、课程对象与时间

1、课程对象：经销商、公司经理人

2、课程时间：2天（9：00—12：00 14：00—17：00）

三、授课方式



· 讲授
· 互动体验

· 小组练习
· 小组讨论

· 角色扮演
· 案例分析

· 启发互动式教学
· 作业辅导式落地

四、课程大纲

展趋势

一、行业竞争规则变化与发展趋势

- 1、资源整合、跨界整合已成趋势
- 2、市场节奏加快，创新模式更新快
- 3、竞争升级，强调核心优势和高效营销

二、行业的经营困境

- 1、经营模式老化急需更新
- 2、业绩与利润无法形成竞争优势
- 3、客户增值服务欠缺，合作关系急需优化
- 4、基础管理弱，运营效率低
- 5、团队管理与储备人才较弱

三、行业发展趋势

- 1、单一经营到多元经营的发展变革
- 2、盈利点从产品差价思维到整合思维的变革
- 3、增值服务超出顾客期望值

第二讲：经营思维与观念的变革

一、经营思维变革

- 1、从竞争到顾客导向
 - 2、从价格到价值导向
 - 3、从交易到关系导向
 - 4、从产品到服务导向

二、观念变革

- 1“产品经营”到“人心经营”的变革
- 2、“代理品牌”到“代理未来”的变革
- 3、“夫妻经营”到“团队经营”的变革
- 4、“投入”与“产出”的观念变革（案例分享）
- 5、“高利润”到“低利润和市场占有率”的观念变革
- 6、“被动服务”到“主动服务”的变革

三、经营策略变革

- 1、强化产品价值与体验
- 2、深化客户关系，强化渠道联盟策略
- 3、深度与厂家联盟共赢发展
- 4、系统建设终端

第三讲：渠道变革

一、经营渠道变革方向

二、渠道变革方法

- 1、从单一渠道到多渠道的变革
- 2、渠道维护的多样化、个性化变革
 - 案例 1：零售渠道：1+N 模式
 - 案例 2：深度分销的 3 种策略
 - 案例 3：O2O 渠道模式的延伸

第四讲：团队变革

一、空降人才与储备人才的合力变革

二、经销商管理人才的核心观念

三、人才管理核心三要素的反思

四、团队人才合理编制

- 1、费用预算的规划策略
- 2、人力编制的规划策略

五、人员培育技术

- 1、切割式人才培育技术
- 2、专业式人才培育技术
- 3、培训内容的规划与实施

六、激励与留人技术

第五讲：目标驱动变革

一、区域目标的设定

案例：2018年度的销售目标为X元，思考：为什么是X元，而不是Y元？

落地工具：《目标评估工具表》

二、区域目标的分解

- 1、老店老客户业绩提升目标的分解
落地工具 1：《老客户目标分解表》
- 2、新店新客户业绩目标规划
落地工具 2：《新店业绩目标规划表》

三、团队成员目标的分解

落地工具：《团队成员目标分解表》

四、实现目标的规划

- 1、销售目标的进度管理
- 2、门店业绩目标表
- 3、销售目标的过程管控与分析和改善
- 4、实现目标的资源配置
落地工具 1：《门店年度目标设定工具表》
落地工具 2：《月度目标分解表》
落地工具 3：《目标进度管控表》

第六讲：目标达成策略与布局

一、实体店“六化”技术变革方向

- 1、门店数据管理智能化
- 2、门店VIP管理人性化
- 3、促销活动娱乐化
- 4、服务与管理个性化
- 5、线上线下一体化
- 6、资源整合平台化

二、门店业绩目标达成的三大指标

1、进店数 2、成交数 3、客单价

三、达成目标的策略模型

1、引流模型 助力目标的达成

案例 1：互联网技术应用策略

案例 2：赠品模型引流策略

案例 3：员工引流策略

案例 4：活动策划引流策略

2、第三方产品设计增值模型

案例 1：某品牌增值模型的设计业绩提升 45%

思维导向：如何利用第三方产品设计增值模型

案例 2：某品牌增值模式设计“回流”方案，业绩提升 30%

思维导向：如何设计“回流”方案

3、充卡模型助力业绩提升

案例 1：充小送大 提升 60%的业绩

思维导向 1：如何整合第三方资源，结合品牌设计“充小送大”模式

案例 2：充值递进模型提升某品牌 42%的业绩

思维导向：如何诱导消费者做充值递进方案

4、客户分级模型助力目标达成

案例 1：某商场使用大数据集合客户分级模型快速提升 37%的业绩

思维导向：如何设计客户分级促进销售方案

案例 2：客户分级 VIP 精准营销

5、卖场管理助力目标达成