

《公司化运营发展模式》培训提纲

【培训目的】

- 1、引导学员如何突破公司化运营的关键点，从经营思维层面走出第一步，迈向公司化发展模式
- 2、指导学员在以“成本和利润”的基础上来稳步做公司化运营发展模式
- 3、指导学员如何清晰自己的战略规划、定位、发展方向和目标
- 4、指导学员如何依据市场需求、目标的确定来设定合适自己的组织发展体系，匹配适合的团队
- 5、引导学员清晰公司化建设的步骤，清晰各阶段的组织结构该如何匹配，部门该如何设定
- 6、指导学员如何灵活运用设定的组织结构，既做到符合组织发展的原则，同时做到组织结构达到“升迁、稳定发展、联防”的原则。
- 7、指导学员清晰公司化运营的过程中，组织结构的建设与战略、与目标、与市场是息息相关，同时明确部门职能、岗位职责、公司流程、匹配制度、表格等核心要素，确保公司化运作健康稳步发展，同时指导代理商如何匹配合适的团队，找到合适自己的人才发与公司共赢发展。
- 8、学员掌握如何优化自我的组织体系，提升公司化运营的经营与管理思维，清晰财务数据，掌控公司化发展的关键要素，从而为投入财力为公司化健康发展打下坚实的基础。

【课程导读】

- 1、为什么有的代理商走公司化运作模式能稳步健康发展；有的走公司化运作模式时，起步时就倒下，再也不敢尝试。
- 2、为什么很多代理商小的时候日子过得还好，利润还可以，一旦组建团队，走公司化运作模式时，利润反而下滑，内部矛盾越来越大，导致代理商不知道该如何发展，前途迷惘。
- 3、为什么很多代理商对公司化运营模式惶恐，不敢投入、不敢踏入？为什么坚守“夫妻经”？
- 4、有的代理商想走公司化运营模式，但是不知道从而做起，人才也无法引进，自己忧心忡忡呢？
- 5、有的代理商跨出了第一步，组建了团队，但是内部管理一团糟，表面是公司化运营，实际是夫妻模式，组织体系不清晰，缺乏整体规划，部门职能混淆，岗位职责、工作流程都是虚设，内部管理成本急剧上升呢？
- 6、发展过程中，多头管理，交叉管理严重，导致推卸责任现象逐渐增加，老板整天忙于矛盾的协调
- 7、发展过程中，出现“五不”
职责不清，流程不顺，制度不全，激励不够，团队不合
- 8、代理商在发展过程中，市场开发、渠道管理、团队管理缺乏系统性和科学性



《公司化运营发展模式》培训提纲

管理培训专家 柳叶雄

【培训对象】

代理商、分公司负责人

【培训时数】

1天

【课程特色】

该课程调研了大量的市场、了解了很多行业很多品牌的代理商的现状，通过讲解原理、讲解发展的历程，结合总代理实际的案例进行分析，由浅入深，采用案例分析、财务数据分析，代理商模拟规划组织发展体系，现学现用，能让学员快速理清自己的定位，从而为学员做公司化运营发展打下坚实的基础。

柳叶雄老师的讲解，条理清晰，实战经验丰富，课程通俗易懂，能快速引起学员的共鸣。能引导学员自我思考，从而达到课程目标。

该课程互动与实战案例多，能引导学员自我突破，合作共赢。

【培训收益】

得到：—— 学员清晰公司化运营发展的阶段，清晰每个阶段不同的特点

得到：—— 学员清晰自己的定位与方向，依据自我实际情况设定合适自己的组织发展体系

得到：—— 学员清晰什么样的市场需要匹配什么样的架构，什么样的结构需要多少成本，什么样的成本匹配什么样的人才与团队，什么样的团队创造什么样的市场的和业绩。

得到：—— 学员掌握公司化运营发展中的职能部门与营运部门的建设、流程、制度的管控

得到：—— 增加学员对公司化运营发展模式的信心以及正确的操作方法

【授课方式】



· 讲授

· 练习

· 角色扮演

· 启发式、互动

· 游戏

· 小组讨论

· 案例分析

式教学

【课程大纲】

第一部分：公司化运营发展思考的问题

- 一、公司运营发展过程中所遇到的共性问题
- 二、经销商公司化运营发展过程中的矛盾博弈
- 三、经销商在成长期必须清晰思考的十个问题

第二部分：公司化运营发展的组织与战略

一、经销商正确的战略

- 1、战略分析
- 2、战略要解决三个问题
- 3、经销商的战略规划
 - 1) 市场布局与规划（下围棋）

2) 人才布局与规划 (下象棋)

4、正确的定位

工具表：经销商公司化战略方向定位的分析表

5、案例研讨：公司化运营的发展规划

二、组织结构设置的基本原则

1、企业的组织架构设置

2、组织设计的基本原则

3、组织发展结构如何做到“稳定发展原则、升迁原则、联防原则”？

三、经销商不同时期的发展组织结构

1、批发转型期的组织发展结构（一阶段）

2、部门雏形的组织发展结构（二阶段）

3、三阶段到九阶段的不同组织发展结构

四、组织结构的合理拆分和优化

第三部分：各部门的工作职能

1、财务部工作职能

2、采购部职能（多品牌运营的商贸公司，例如：孕婴行业有设置采购部）

3、行政部职能

4、物流（仓储）部职能

5、销售部职能

6、客服部职能

7、商品部职能

8、业务（市场）部职能

9、零售部职能

10、企划部（品牌推广部）职能

第四部分：不同阶段的组织结构与人员配置

一、单品牌运营发展的公司化运营组织结构发展体系

1、年订货量在 300 万以下的市场（公司化结构体系与人员匹配以及人力成本的控制）

2、年订货量在 300-500 万的市场（公司化结构体系与人员匹配以及人力成本的控制）

3、年订货量在 500-800 万的市场（公司化结构体系与人员匹配以及人力成本的控制）

4、年订货量在 500-800 万的市场（公司化结构体系与人员匹配以及人力成本的控制）

5、年订货量在 800-1200 万以下的市场（公司化结构体系与人员匹配以及人力成本的控制）

6、年订货量在 1200-1800 万的市场（公司化结构体系与人员匹配以及人力成本的控制）

7、年订货量在 1800 万以上的市场（公司化结构体系与人员匹配以及人力成本的控制）

二、多品牌运营发展的公司化运营组织结构发展体系

三、某省代理组织结构的案例研讨与分析

四、依据财务成本核算团队成本与利润，设置合适自己的公司化运营组织发展结构与团队人员匹配

第五部分：岗位职责、流程、制度

一、岗位职责的制定

案例研讨：

二、不同组织结构该匹配的流程（核心流程必备

1、必备的流程

2、流程编写的方法

三、公司化运营发展模式该匹配的制度

四、公司化运营发展模式该匹配的表单

五、公司化运营发展过程中的费用与成本的预算

备注1：《公司化运营发展模式》为“超级总代理赢利模式”的核心课程。《公司化运营发展模式》包括六篇：

第一篇：战略与组织发展篇（1天）**推荐**

第二篇：团队组建与团队管理篇（2天）

第三篇：薪酬与绩效管理篇（1天）

第四篇：市场布局与渠道开发篇（2天）

第五篇：订货组织运营篇（2天）

第六篇：渠道维护与业绩提升篇（2天）

柳叶雄老师最受学员欢迎的课程如下：

备注2：经销商培训课题

《经销商如何做强做大》 《模式决定优势 品牌创造财富》 《由坐商到行商的转变》

《精控库存 突破压力》 《突破思维 差异化营销》 《共赢品牌 厂商合作共赢》

《逆势而上 盈利终端》 《招商会》

备注3：零售商、店长培训课题

《如何提升单店销售业绩》 《“三点式”提升店铺业绩》 《突破终端经营瓶颈》 《店铺实战销售技术》

《盈利店长特训营》 《店铺的目标管理与实施》 《货品管理与科学订货技术》 《店铺活动促销技术》

《店铺的VIP管理技术》 《店铺的人员管理技术》 《店铺的诊断与改进技术》

《做最优秀的自己》心态正能量篇

以上课题为多家品牌巡回培训课题，以实战技术和思维的引导为主，深受学员的喜欢与好评！

现学现用，开启思维，突破压力，盈利终端！ 🚀