

渠道管理之渠道规划与拓展

【项目背景】

渠道规划拓展我们常常有这样的困扰：

- ✓ 建多少？渠道规划建多了浪费资源却恶性竞争，少了不能覆盖市场
- ✓ 建在哪里？建在哪里有效人流客流密集。
- ✓ 建什么类型的？如何与行业定位匹配，与客户购买习惯匹配
- ✓ 选择什么样的加盟商？选择合作伙伴如何评估优质代理商。
- ✓ 如何拓展加盟渠道？诚招加盟吸引加盟商有什么方法技巧

本系列课程核心主题是：适应新时期市场环境营销模式的渠道精细化的转型管理模式，本课程通过商圈调研数据统计市场分析，代理商评估，全面系统的科学训练渠道管理人员渠道规划建设，通过有效精细化管理实现科学选择选点方法，代理商选择标准方法，渠道拓展方法进而提高渠道的综合营销能力，从而达到提升未来渠道销量的目的。

此课程来自 13 年国企由普通员工到高管成长历程的积累。跨越而立之年后人生转型 IT 上市公司世界 500 强企业人力资源，集团总监，渠道总监岗位 4 年的实践体会反思，来自于在浙江邮电职业技术学院教师岗位 3 年的理论、实践、教学的结合，来自于与国内咨询企业第一品牌正略钧策合作世界 500 强企业渠道咨询培训 100 个日夜的总结提炼，来自著名上市公司渠道管理体系建设过程的主导参与，来自与著名咨询公司沁天咨询深度合作广东电信营服中心主任化小经营和渠道转型咨询项目的精华提炼。来自与 300 位省市人力资源总监与培训专员以及业务主管部门的培训诉求的深度沟通，来自 专注连锁实体渠道职业咨询培训生涯以来 8 年 1000 天以上授课期间与学员深度会谈后的案例信息采集。 来源于实践实际总结提炼，结合于菲利普科特勒先生《市场营销学》的理论。

【课程目的】

认知：渠道管理的全局观，促动学员转换精细化渠道管理的观念。

清晰：渠道规划的判断标准依据，树立渠道拓展的全局观和系统思维

掌握：商圈调研基本信息框架以及信息采集的基本方法

运用：商圈调研数据选址选点确定渠道类型的操作方法

清晰：描述优质代理商评估要素以及现实操作的考量维度

掌握：诚招渠道代理加盟谈判技巧，并能够在真实工作中实际运用；

运用：通过实战模拟演练帮助学员将理论转化行为，并促使正确行为的固化。

【授课形式】

运用案例模拟深化课程，更为实效地帮助参与者体验课程核心意义

大量情景分析及小组互动，更为直观的帮助参与者领会课程思想。

区别于市面上的传统的管理课程，全程采取教练技术手法，直击课程精髓；咨询顾问企业的实例，结合企业深度案例阐述；全面的课程架构，传道授业解惑一网打尽，全面训练，提升能力。

【适合对象】

与连锁实体渠道管理与建设相关的人

【培训课时】

标准版 2 天 精华版 1 天

【课程大纲】：

第一单元：认知渠道——连锁渠道精细化管理全息模型

- ◆ 讨论：如何提升连锁实体渠道的销量？
- 案例：由广东河源区域市场连锁渠道月销数据的演绎推理
- ◆ 解读：连锁渠道管理关键全息模型
- ◆ “四流三率”与销量提升的推理。
- ◆ 渠道建设的五步法是什么？

- 1、规划 2、选点选址 3、选类型 4、选合作伙伴 5、拓展方法
- ◆ 如何管控渠道？
- 接受指标，遵守规则，推进销量，持久发展
- ◆ 渠道营销如何管理？
- 精准营销分析，精准营销策划，精细营销策略转化
- ◆ 渠道销售如何管理
- 提升进店率，体验率，成交率
- ◆ 思考：渠道管理的实质是什么？

第二单元：规划布局——渠道拓展的系统思维与方法

- ◆ 思考：渠道建设的系统方法
- ◆ 渠道建设的“四问”
- 建在哪？
- 建什么？
- 建多少？
- 怎么建？
- ◆ 解读：渠道拓展的“三原则”
- ✓ 与服务客户数量以及单个客户服务时常相匹配
- ✓ 与所销售产品的客户购买周期相匹配
- ✓ 与辖区的目标和任务相匹配
- ◆ 讨论：你认为分析哪些关键因素，才能支撑“值得在这里建店”的结论？
- 案例：温州某商住混合型商圈选址建店后的人气冷清
- ◆ 讨论：商圈调研在渠道拓展中的起到什么样的作用？
- ✓ 商圈的基本概念
- ✓ 商品性质与商圈范围
- 案例：便利店 大众浴池 手机充值与手机店
- ✓ 商圈客流
- 案例：东莞工业区建店
- ✓ 商圈客户信息
- ✓ 商圈竞争对手信息

- ◆ 解读：渠道拓展商圈信息采集内容
- 工具：商圈划分及类型信息数据采集表
- 工具：商圈竞争态势信数据信息采集表
- 工具：商圈客户数据信息采集表
- 工具：单店数据信息采集表
- ◆ 提问：如何评估选择决策建店的具体地址
- 工具：渠道价值评估表
- ◆ 如何采集商圈数据信息
- 工具：不同信息采集的对应方法表

第三单元：选择合作——渠道代理商的评估和选择

- ◆ 讨论：优质的代理商具备什么样的素质？
- 案例：郭老板的代理事业路？
- ◆ 评估优质代理商的七个要素
- ◆ 讨论：结合自身渠道的案例说明七大要素应当如何排序？
- ◆ 思考：结合渠道管理的现实操作中应该考量哪些维度？
- ✓ 公司的管理
- ✓ 公司的目标
- ✓ 公司发展阶段
- ✓ 区域的定位
- ◆ 提问：原有老渠道代理应该如果评估？
- 工具：渠道代理商的量化评估表

第四单元：诚邀加盟——渠道代理商拓展方法步骤

- ◆ 讨论：渠道老板是什么样的思维方式？
- 案例：成功的渠道拓展
- ◆ 提问：拜访渠道前要做哪些准备？
- ✓ 拜访前“四准备”
- ✓ 渠道信息梳理
- 工具：渠道人员信息采集表

讨论：如何有效接触关键人

- ✓ 有效接触之“三关键”
- ◆ 讨论：如何开展高效洽谈“五话题”
- ✓ 聊前景
- ✓ 聊政策
- ✓ 聊利润
- ✓ 聊产品
- ✓ 聊支撑
- ✓ 洽谈思路“五步走”
- 演练：结合当前工作实际高效洽谈话术总结
- ◆ 如何才能迅速签约？
- ✓ 促成合作“六绝招”
- ✓ 规模较大门店的合作思路
- ✓ 规模中等门店的合作思路
- ✓ 漫天要价门店的合作思路

第五单元：实战演练——运用之前学到的知识进行渠道拓展的实战

模 拟演练