
《流通渠道深度分销运作精要》

(主讲：王同)

本课程已服务过蒙牛、古越龙山、嘉士伯、科迪、蓝带、口味王、科迪、苏盐…

- **培训对象**：深度分销模式下，区域业务团队，更适合快消品企业
- **培训方式**：课堂讲授、案例分析、小组研讨等启发式、互动教学
- **培训时间**：12 小时，即贰天；
- **培训收益**：系统学习深度分销背景下，流通渠道精耕的策略方法和实战技能
- **课程大纲**：

引子：**1**——农夫与猎人； **2**——流通渠道运作价值链

第一节、 市场研究

1. 研究区域特点

- ✓ 区域市场基础信息、竞争品牌信息、渠道资源信息、你在区域的竞争地位

2. 发现市场机会

- ✓ 产品结构机会、经销商开发机会、网点覆盖机会、终端展示机会、渠道创新机会、促销机会

第二节、 策略规划

1. 目标策略

2. 产品策略

-
3. 价格策略
 4. 渠道策略
 5. 推广策略
 6. 区域“一盘棋”规划

第三节、客户开发

1. 客户结构设置策略
2. 客户选择思路、标准及注意事项
3. 客户开发实战技能
4. 准客户合作意愿的促成

第四节、终端覆盖

1. 铺货率对产品分销的意义
2. 讨论：我们产品的销售终端都还有哪些？
3. 经营终端的选择——网点普查、网点切割、网点分类等
4. 终端铺货实战技法
5. 快速铺货铺货策略与方法——时间、频率、对象、政策、人员、推动、维护
6. 讨论：终端老板对首次进货和二次进货关注点？
7. 铺货的十大注意事项

第五节、物流配送

-
1. 重新认识物流的重要意义（流速、流量、流向）
 2. 如何送客户
 3. 如何送终端（方式/费用/考评等）

第六节、客户维护

1. 厂商关系的定位
2. 业务人员的“影响力”
3. 讨论：你凭什么“管理”你的经销商？
4. 渠道推广的方法及适用条件：返利、赠送礼品、积分、压货、配额、陈列有奖、工具支持、库存补差等
5. 渠道推广的战术设计：产品铺货的渠道战术、新产品上市的渠道战术…

第七节、终端维护

1. 掌控终端模式——业务员固定巡访
 - ✓ 终端信息调查
 - ✓ 终端分析与规划
 - ✓ 终端巡访安排
 - ✓ 巡访标准工作步骤
 - ✓ 巡访过程管控
2. 终端销售常见异议及处理方法

第八节、终端生动化及促销推广

1. 终端上架率及媒体化
2. 消费者拉动策略
3. 小区推广活动方案设计
4. 终端陈列有奖活动方案设计

最后，1——学员疑难问题破解；2——学员优秀案例分享与点评。

(以下空白)