

《后疫情时代经销商的资金回笼变现与经营发展》

细分市场抓大户-经营变现谋发展

主讲：吴兴波

课程背景

一场突如其来的疫情，打乱了国内外的经济结构，也改变了市场的供需关系，倒逼传统经济模式的升级，营销即战争，市场如战场，后疫情时代，顺变即发展，不变即淘汰，如何细分市场抓大户，经营变现谋发展，如何抓住机遇，如何打赢经销商老板的经营模式与营销模式升级，考验着我们每一个经销商老板。

风云突变路在何方

您是否发现，关键目标靶心已变？
您是否感到，客户购买思维已变？
您是否醒悟，客户购买行为已变？

拨云见日变在不变

战场变了，战略定位要不要变？
靶心变了，业务目标要不要变？
市场变了，策略模式要不要变？

一眼看穿一步领先

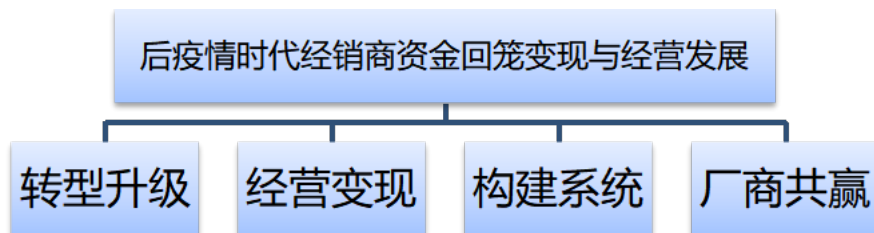
您是否，已有市场破局之心？
您是否，已有营销布局之想？
您是否，已有新品爆品之拳？

课程对象 企业经销商/企业代理商/企业加盟商

课程形式 实战讲授/互动问答/案例分析/现场讨论/模拟训练

课程时间 1天（6个课时）（时间分配：实战讲授 60%，实战训练 20%，调整纠偏 20%）

课程架构



课程目标及效果

促使经销商清楚如何适应市场的变化和挑战，主动转型应对竞争
提升经销商经营理念，解决遇到的发展瓶颈问题（由个体经营向公司化运营发展）
做好生意规划，整合现有资源做减法，调整产品结构，确定产品战略规划
有效应对区域市场竞争，打造经销商三大团队，变经营为精营，广耕为深耕
树立经销商对品牌企业文化认同与经营品牌的信心，与厂家携手发展共赢未来

课程纲要

第一部分：市场环境变化促使经销商转型

1. 当前市场环境的竞争分析与行业未来发展趋势分析
2. 经销商的7大转型，资金回笼从哪回？经营变现找谁变？转型的关头要有方向感
3. 未来市场还会不会机会主义，市场机会在竞争中失去优势后我们凭什么生存？
4. 市场发展趋势：适合市场需要的才能快速发展
5. 经销商靠什么做市场？靠什么做品牌？靠什么赚取利润？
6. 厂家与经销商共同进步的要求，厂家进步了，经销商落后会如何？

视频分析：XXX企业由盛到衰再到盛再到衰给我们带来的思考启示

第二部分：经销商的市场经营管理

1. 发展才是硬道理，经销商的自我定位
2. 经销商生意规划：到哪里去（目标）？怎样去（策略）？和谁一起去（团队）？
3. 整合现有资源做减法，调整产品结构，确定产品战略规划
4. 大市场下的经销商发展我们要有方向感，打造区域品牌做好市场营销
5. “经营”变为“精营”、“广耕”变为“深耕”，攻守道的策略的主指是什么？
6. 如何同竞争对手竞争，市场的销售调整、市场把控、有效的开发和管理市场

模拟演练：制定 X 年度目标计划并进行分解落实

第三部分：构建高效运营管理机制系统

1. 转型：由个体经营转向公司化团队经营转型
2. 经销商团队的选育用留，以及阶段性问题的解决方案
3. 设计适合经销商的公司化管理运营模式
4. 怎样激发主人翁意识管出高绩效—用参与感价值化推动团队向前发展
5. 运营管理是一项系统工程，六只猴子的管理案例，透视管理的现象和本质
6. 建立管理机制，团队管理的风向标分析，你的绩效管理机制该怎么调整？

小组讨论：能否 XXX 来分析公司现有的管理机制该如何调整

第四部分：厂商携手才能共赢天下

1. 厂商应该是什么样的关系？树与藤的发展促进与制约
2. 厂商之间，是经销商配合厂家？还是厂家配合经销商
3. 借势发展，经销商获得厂家支持的十大理由，增进厂商关系的八大方法
4. 理解支持是厂商共赢之道，厂商携手才能共赢天下
5. 求大同存小异的合作发展理念，经销商如何与厂商共赢未来
6. 厂商共赢关系图：忠诚的重要性，一荣俱荣一损俱损

案例分析：如何共赢？是经销商配合厂家？还是厂家配合经销商？