帮 助 中 国 企 业 持 续 成 长

时代华商学习卡课程

新一代企业学习平台价值领创者

营销管理系列—精品课

基于品牌竞争力的渠道开发与

经销商业绩提升

主讲：500强企业大客户销售教练，原宝洁渠道运营经理 任朝彦

课程对象：资深销售顾问、销售主管/经理/总监、区域经理、渠道经理/总监等营销人

士课程时间：2024年6月20-21日

课程地点：广州时代华商商学研究院（大湾区总部）

课程费用：4800元/人，学习卡会员享受折扣

课 程 简 介

具体内容安排以课前3个月的邀请函为准

帮 助 中 国 企 业 持 续 成 长

课程背景

“没有成功的企业，只有时代的企业。”谁掌握了这个时代的渠道变革和趋势，

谁的品牌竞争力就找到了渠道的落点，谁就获得了持续的增长，谁就是行业的领

跑者。

企业在全网时代必须建立一套新的渠道打法，在渠道分化融合交互的变革中，企业要回到品牌

运营中去审视渠道的发展。用品牌战略驱动渠道战略，重新规划渠道体系，渠道实现精准化、

精益化、精细化运营，保证市场业绩高速稳健增长。

Ø 如何在全网时代快速搭建业绩高增长的渠道体系，建立全运营的渠道增长模式？

为此，我们特邀原500强营销总监、品牌战略规划高级经理、中国区渠道运营体系项目负责人任

朝彦老师，与您一起学习全网时代的渠道规划和体系搭建方法。本课程从渠道战略布局、渠道

体系设计、渠道运营层次设计与渠道商运营业绩增长等方面内容，帮助学员审视与判断企业渠

道发展方面的实际问题，科学制定渠道打法和业绩提升策略，建立高效的渠道结构，激发渠道

的绩效输出，提升渠道商的动力与业绩联动，实现企业的渠道竞争力。

课程收获

企业收益：

岗位收益：

1.帮助企业在全网时代构建一套完善的渠道运营体

系；

1.理解并掌握全网时代的渠道趋势和特点，如何

确定渠道价值并建立渠道优势；

2.输出一套开发、辅导、激励渠道商（经销商）的

运营机制；

2.掌握如何设计渠道体系，通过渠道体系分析企

业业绩增长的聚焦点、发力点、引爆点；

3.厘清在渠道新环境下的角色，如何向渠道商赋

能；

3.培养有品牌意识的渠道开发精英队伍，有效改善

渠道体系，实现持续增长。

4.掌握开发、辅导、激励渠道商（经销商）的方

法，有效激励、运营、管理经销商伙伴。

新 一 代 学 习 卡 价 值 领 创 者

帮 助 中 国 企 业 持 续 成 长

课程特色

本课程高度凝聚导师在500强企业、在著名品牌管理咨询案例中的渠道开

发与渠道网络管理的实战精华，引领学员学习和实践卓越企业的渠道营

销打法；

1

2

采用讲解、小组讨论、案例分析、角色扮演等方式，结合学员自己分享

工作经验的互动教学，全方位帮助学员掌握课程内容，确保课程效果。

课程大纲

第一单元：全网时代的渠道变革与渠道打法

1、全网时代渠道高增长案例剖析

（1）长安集团的渠道体系与发力点解读

（2）农夫山泉的渠道引爆点解读

（3）苏泊尔的渠道动力机制高增长解读

2、竞争聚焦：全网时代渠道是王道

（1）营销竞争焦点转移

（2）全网时代渠道模式的发展新趋势

（3）分析：企业渠道管理中的焦点问题

3、渠道高增长的三大突破点

（1）渠道发力点重心下移

（2）伙伴关系机制

（3）渠道运营体系机制流程化

4、以品牌为中心的全渠道营销策略

（1）用户细分与渠道分销机制

（2）渠道的定位与策略制定

（3）案例：华为的渠道商运营解读

第二单元：全渠道布局与结构规划

1、案例讨论：某企业全渠道体系解构

2、共识：企业的渠道使命与任务

3、企业的渠道体系规划实操讲解

（1）如何做渠道规划

（2）路径规划

（3）层级规划

（4）分销效能规划

（5）渠道资格与任务规划

新 一 代 学 习 卡 价 值 领 创 者

帮 助 中 国 企 业 持 续 成 长

课程大纲

4、优秀企业渠道模式解析和模式决策

5、四个渠道关键因素分析

（1）客观要素

（2）以品牌竞争力的渠道构建的核心要素

（3）以渠道运营为中心的管控要素

（4）基于区域竞争地位的发展要素

6、案例分析:某互联网企业渠道模式剖析

第三单元：高效的渠道拓展与渠道商开发

1、问题：我们为什么缺乏有效的渠道？

2、问题：我们为什么掌控不了渠道商？

3、甄选渠道商时常出现的问题分析

4、选择渠道商应避免四个误区和视角

5、渠道商选择的工具化实操

（1）渠道商评审指标确定

（2）渠道商加权分析

（3）渠道商关键指标考量

（4）渠道商软指标要素

6、如何通过运营体系驱动高增长

（1）企业的角色转型与核心任务

（2）渠道商的管理体系搭建

（3）渠道商的运营规划

（4）渠道商的利润分析

（5）渠道商分销效能机制

（6）渠道商的激励体系与有效激励

（7）渠道商赋能

7、渠道伙伴JBP共赢计划与推动

（1）从买卖伙伴转化为生意伙伴

（2）以渠道商为中心的经营视角

（3）OGSM的发展共识

（4）如何制定JBP计划

新 一 代 学 习 卡 价 值 领 创 者

帮 助 中 国 企 业 持 续 成 长

课程大纲

第四单元：如何向渠道经销商深度营销

1、渠道经销商的“动力”和“竞争力”来源

（1）如何向渠道经销商营销

（2）渠道经销商关注的问题

（3）渠道经销商说服与意愿强化技巧

2、如何提升经销商的销售能力

（1）提升销售能力的基本工具

（2）提升销售能力的基本途径

3、衡量一个经销商的最佳绩效标准

第五单元：如何建立渠道商忠诚度

1、如何建立良好的客情提升渠道忠诚度

2、有多少种方式提升渠道忠诚度

3、建立高信任度和合作度关系的要诀、禁忌

第六单元：如何带领渠道商在全网时代成功转型

1、全网时代发展趋势与企业变革

2、全网时代营销与消费行为学的特点

3、Z时代崛起如何应对渠道分化

4、新技术迭代的发展趋势、工具的升级、对渠道的影响

新 一 代 学 习 卡 价 值 领 创 者

帮 助 中 国 企 业 持 续 成 长

专家简介

任朝彦

500强企业大客户销售教练、原宝洁渠道

运营经理

【实战经验】

18年一线营销研究和实践经验、全球头部品牌企业咨询顾问资历。“狼性销售”和“狼性营销

团队建设”课题项目研发人和版权课程讲授人；国内首位向中国企业解读和普及麦肯锡、埃森

哲、罗兰贝格、奥美等管理咨询方法论和市场分析工具的管理咨询师；中国长安集团营销总经

理认证课程导师与评审专家；曾担任全球第一大食品500强企业吉百利史威士、新加坡知名食品

制造商集团企业的大客户经理、营销高级经理和营销总监等职务。曾任中国长安、58同城、蒙

牛乳业、强生中国、中粮集团、宝洁、美的、东风汽车等500强企业营销经理人内部能力提升认

证导师和首席辅导专家。曾管理500强企业亚太地区KA大客户项目经理，连锁店3000家，并实

现连续六年销售业绩单品第一。6年快销品零售大客户销售和管理经验，曾创下连续四年大区销

售行业排名第一的辉煌业绩。

【专业背景】

著有《市场营销实战教练手册》、《门店营销与销售管理》、《区域市场深度营销手册》等书

籍。

【授课特点】

讲解生动，深入浅出。

【主讲课程】

《如何制定年度营销规划与计划》、《精准大客户营销与策略性销售训练营》、《基于品牌竞

争力的渠道开发与经销商业绩提升》、《狼性团队建设与管理》、《商务谈判》等经典课程。

【服务客户】

通用中国、西门子、蒙牛、伊利、搜狐、网易、王老吉、中国电信、中国银行、工商银行、沃

尔玛、联想、惠普、三星、宝洁、联合利华、强生……

新 一 代 学 习 卡 价 值 领 创 者

帮 助 中 国 企 业 持 续 成 长

学员评价

我有幸参加了任朝彦老师的系列课程，任老师授课内容比较丰富，深入浅出，让

我获益匪浅，对我以后的工作也有一定的帮助。

——五菱汽车营销经理 王先生

通过两天的学习，认清了营销总监的职责，掌握了客户管理的沟通技巧，并就今

后工作中如何打造高效营销团队很有收获。

——江淮汽车营销总监 童总

任老师的课程十分精彩，两天的课程下来一点都没有枯燥感，而且内容非常实用。

——王邦实业营销经理 万总

任老师很专业、课程的内容生动、精彩，实用性也很强，把销售流程化，很系统，

感觉学到了以前没有学到的知识。

——东莞供电 张经理

新 一 代 学 习 卡 价 值 领 创 者