

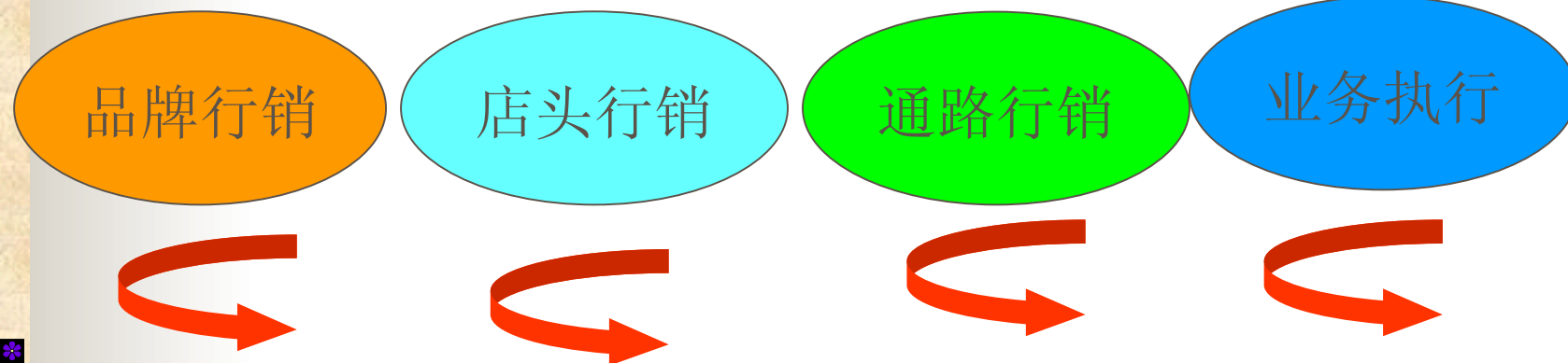
现代化通路的概论与分析

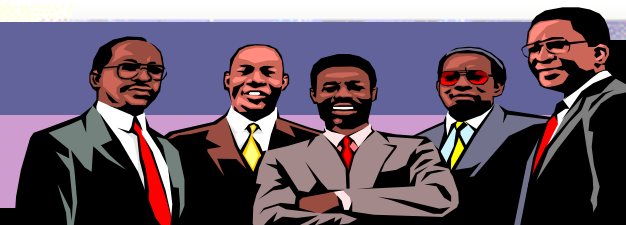
顶新集团教育培训中心



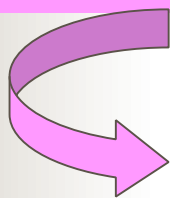


市场营销





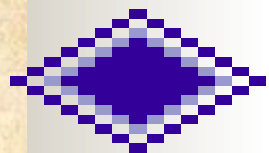
一、定义：何谓现代化通路？



- ◆ 规模化经营运作体系
- ◆ 具有现代化经营思路及意识
- ◆ 连锁化策略发展
- ◆ 具备与供应商直接的联系
- ◆ 能影响供应商已形成的决策



二、背景说明：



现代化重要客户发展迅速,但仅有15%

集中于直辖市、单列市、省会城市及
地级市。

传统通路仍然占比绝大数的业绩与

利润来源，而且仍蕴藏更深入的

区域扩展商机。

未来5年内将成长到35-50%

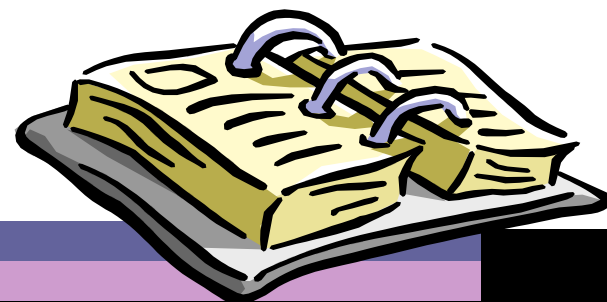


三、发展趋势（一）：

- ◆ 计划性策略销售组合规划要求
- ◆ 足以影响供应商的业绩达成
- ◆ 连锁店经营急速成长，并逐渐扩展

未来有集中化趋势

- ◆ 产品繁多，货架空间有限





通路要求越来越多

利 润

费 用

配 送

服 务



发展趋势（二）：

➡ 集团化发展

➡ 规模化发展

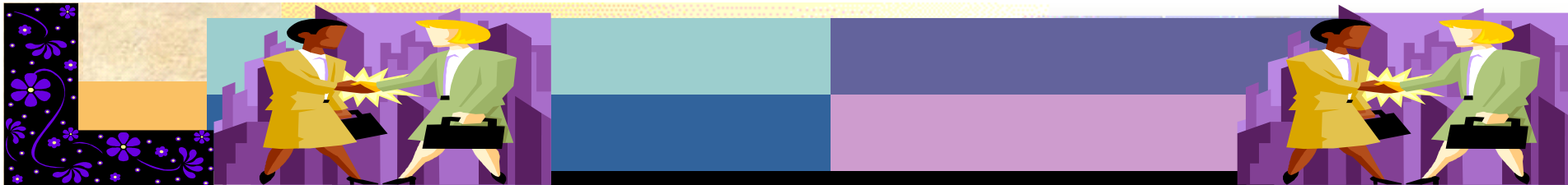
↪ 点数占比增加

↪ 非营业性利润增加

↪ 业绩占比提高

↪ 应运系统趋于完

↪ 品牌形象提高

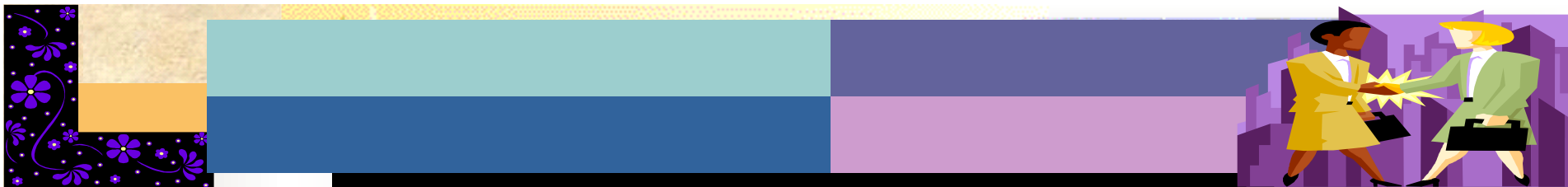


↪ 国际化购物于一体的

大型通路正在陆续

发展、并购初级阶段中。





品类知识专业化



费用要求持续增长



策略化发展经营



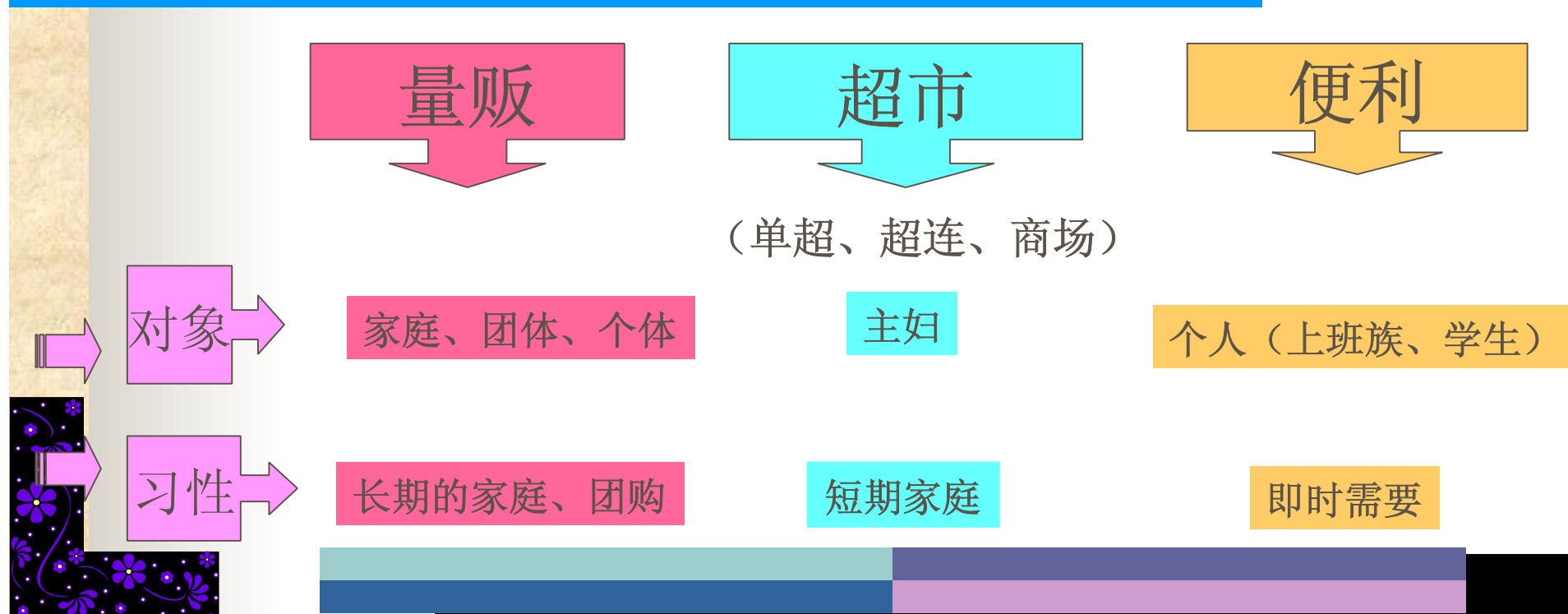
多竞品兵家必争之地



经营管理之理念

四、通路属性分类、发展趋势及对策

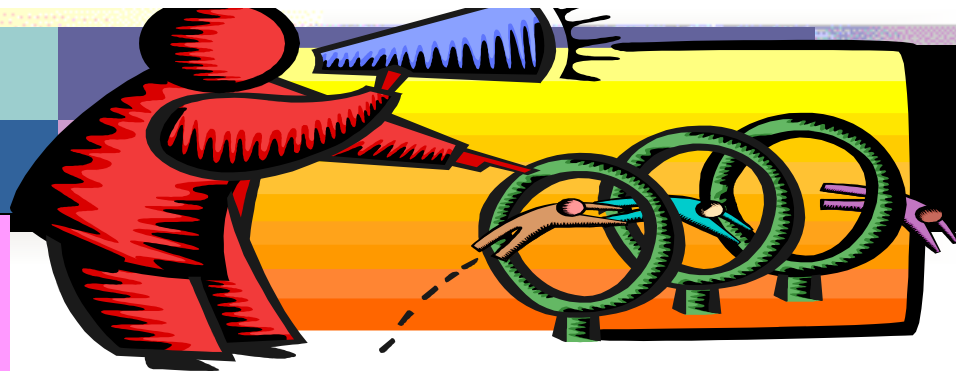
快速消费品未来通路的三大主流





五、趋势分析

A、量贩店：



*****目前经营困难点*****

- 1、激烈的价格竞争
- 2、商圈的重叠性高
- 3、费用增加
- 4、经营利润下降

****未来的发展趋势****

- 1、货品的新鲜度要求高
- 2、更强的服务意识
- 3、结合休闲、娱乐、购物为三合一综合性卖场
- 4、非营业利润增加
- 5、自有品牌产品的进一步开发扩充
- 6、开放快捷便利的信用卡业务





****供应商策略方向****

- 1、成立专业的**K/A**组织部门
- 2、培养销售、分析谈判经验丰富的业务骨干
- 3、做好客户的年度销售计划；
 - **促销计划
 - **产品上市计划
 - **年度业绩分析与评估
- 4、价格管理的周密化及一致化
- 5、开发量贩特殊包装产品规格



B、连锁超市

***** 目前经营困难点 *****

- 1、受量贩店价格策略的威胁
- 2、涉及不公平竞争
- 3、广开店铺，但好的地势不容易寻觅，且租金高
- 4、人才培育及养成不易
- 5、营销管理、物流配送成本提高
- 6、CVS便利性威胁



****未来发展趋势****

- 1、提高生鲜品类经营占比
- 2、加大评效管理力度，合理评估优势胜劣汰
- 3、合理调整及延长营业时间
- 4、加强区域性策略经营
- 5、非营业利润增加





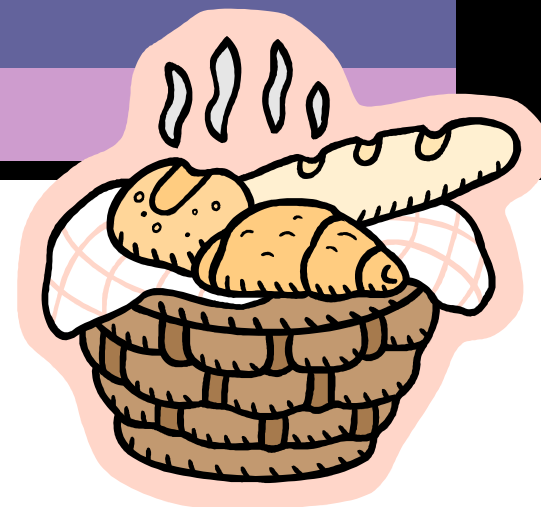
****供应商策略发展方向****

- 1、有效的货架管理
- 2、成立专业的**K/A**组织部门
- 3、客户销售计划的订定与评估
- 4、加强价格的统一化管理
- 5、区域分店人力布局的实施与操作管理
- 6、提供**CP**/促销活动的配合

C、便利店连锁：

****未来发展的趋势****

- 1、零基点商品的开发
- 2、增加熟食品贩卖
- 3、对各分店的管理到位，并对人员加强教育训练。
- 4、掌握资讯系统，收集情报信息
- 5、掌握通路分店布局及消费者背景研究



****供应商策略及发展方向****

- 1、加强**CVS**的业务谈判能力
- 2、挖掘内部资源，进行有效的策略联盟
- 3、大力的后勤支持
- 4、对通路费用要求提高的相应对策
- 5、少量多采零库存
- 6、塑造第一品牌形象



现代化通路行销的关系转换

4P

4C

产品 ↔ 利益

通路 ↔ 方便

价格 ↔ 成本

促销 ↔ 沟通

目前通路客户与供应商的关系

客 户

供应商

企
划

资
讯

会
计

物
流

采购

业务

企
划

资
讯

会
计

物
流

未来通路客户与供应商的关系

客 户

供应商

物流经理 ↔ 供应经理

品类经理 ↔ 通路行销经理

会计 ↔ 会计

资讯 ↔ 资讯

新品进场指南（范例家乐福）

程序

- 1、向家乐福介绍新品上市计划
- 2、提供新品信息表（产品类型、名称、产地、条形码
价格、规格、最小订货量、产品特点、新品图片、
上市日期等）
- 3、提供新品及相关检验证明
- 4、签定新增单品协议
- 5、完成新品注册
- 6、家乐福总部下订单

准备

- 1、培训促销人员、销售业代、导购及分销人员
- 2、通知门店采购新品上市信息
- 3、相关辅助设施到位（如：促销赠品、摇摇卡、POP、陈列架等）
- 4、及时充分的货源准备

执行跟进

- 1、新品上架
- 2、店内促销按照计划执行（新品促销多为CP活动）
- 3、跟进销量、价格及竞争舵手情况



全国性大客户采购谈判技巧

- ☺ 对业务员不要表现热心。
- ☺ 你的第一反应是否定的。
- ☺ 提出不可能的要求。
- ☺ 不要接受第一个提案,让业务哭。
- ☺ 总是使用座右铭——你还可以做的更好。
- ☺ 总是强调你不是老板。



智慧思考,但自己表现像个白痴.

不要做任何让步,除非得到相应回馈.

扮演好公平与不公平的角色.

不要犹豫去争论,甚至他们无礼.

持续重复同样的异议.

切记**80%**的收获来自于最后的谈判.

不要忘记我们要时刻得到最多的资讯，
并从中了解你对手的个性及其他要求。

总是准备停止谈判

在僵局中不要被对方识破

多倾听



多谢指正!

祝愿大家工作愉快!



SYNOVATION