

市场营销专业教学改革成果
创新教材

渠道管理实训

Qudao Guanli Shixun

李越 主编

市场营销专业教学改革成果
创新教材

渠道管理实训

Qudao Guanli Shixun

李越 主编

图书在版编目 (CIP) 数据

渠道管理实训 / 李越主编. — 大连 : 东北财经大学出版社, 2016.12

(市场营销专业教学改革成果创新教材)

ISBN 978-7-5654-2571-4

I. 渠… II. 李… III. 购销渠道-销售管理-教材
IV. F713.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 282910 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连永盛印业有限公司印刷 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 148mm×210mm 字数: 122 千字 印张: 6.5 插页: 1

2016 年 12 月第 1 版 2016 年 12 月第 1 次印刷

责任编辑: 张旭凤 魏 巍 责任校对: 思 齐

封面设计: 冀贵收 版式设计: 钟福建

定价: 20.00 元

教学支持 售后服务 联系电话: (0411) 84710309

版权所有 侵权必究 举报电话: (0411) 84710523

如有印装质量问题, 请联系营销部: (0411) 84710711

序

《教育部关于以就业为导向深化高等职业教育改革的若干意见》中清晰、准确地提出了高等职业教育的培养目标，即高等职业教育应以服务为宗旨，以就业为导向……坚持培养面向生产、建设、管理、服务第一线需要的“下得去、留得住、用得上”，实践能力强、具有良好职业道德的高技能人才。高技能人才职业能力的培养离不开实践教学环节，而实践教学环节包括校内实训和校外实践两个部分。市场营销专业是一个操作性、实践性都很强的专业，实践能力在市场营销专业学生的整体素质中居于非常重要的地位，是学生综合职业能力的重要组成部分。因此，如何有效开展市场营销专业校内实训是每一个高职院校市场营销专业必须面对和解决好的问题。

在现代市场经济条件下，不仅企业存在市场营销活动，而且社会、政治、法律、文化等领域中的非营利性组织和团体也要开展营销活动，市场营销的应用领域事实上已经超出了经济活动的范围，并且越来越受到人们的重视。在职业教育院校，如何切实提高学生的营销技能，使

学生具备较强的实际操作能力，是市场营销专业建设的关键之一。

为此，学校如果能够与行业企业紧密合作，以工作过程为线索，根据市场营销实际工作岗位的工作任务和任职要求，参照相关的职业资格标准，编写市场营销实训系列教材，并将其作为市场营销理论的配套教材，势必会对市场营销专业学生实际操作能力的培养有一定的帮助。

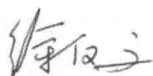
在这方面，许多高职院校及骨干教师勇于探索、不断创新，取得了令人欣慰的成果。“市场营销专业教学改革成果创新教材”即是其中之一。

山西省财政税务专科学校是全国首批28所国家示范性高职高专院校之一，其市场营销专业作为教育部高职高专教育专业教学改革试点、国家高职高专示范院校建设中央财政支持重点建设专业，10多年来大胆探索与创新，取得了多项国家级、省级的教学成果。

这套“市场营销专业教学改革成果创新教材”正是在这样的专业发展背景下产生的，其特色与创新体现在：首先，这是职业教育市场营销专业骨干教师持续教学改革与探索的沉淀。编者在充分调研企业工作岗位实践需要的基础上，进行了大胆改革创新，并在实际教学中逐渐完善，在以财经教育专业出版享誉行业的东北财经大学出版社的配合下，形成了独具特色的市场营销专业实训系列教材。其次，教材的呈现形式有所创新，工作任务操作具有仿真效果，属于开先河之举。这套教材根据高等职业教育改革的要求，以职业岗位活动为导向，以仿真工作项目为载

体，实现了课堂教学与工作岗位任务的零距离结合。

虽说这套教材是尝试性的创举，但是其凝结了编者多年的教学心血，是智慧的结晶，所以我期待这套“市场营销专业教学改革成果创新教材”能够得到广大同仁的认同与推广，能够在职业教育培养符合社会和时代需要的市场营销高技能人才中发挥一定的作用。



2016年6月

前言

从市场营销这一专业的课程体系中可以看出,“渠道管理”是一门比较抽象又距离学生日常生活较远的课程。那么,如何让学生对这门课产生兴趣并把理论和实际结合在一起呢?我认为,还是要让学生成为课堂的主体,让学生主动思考,教师负责引导、纠正。只有亲身体验过,才会印象深刻,学生学习知识的过程也是如此。所以,学习《渠道管理实训》这本书对于提高学生对渠道的认知是非常有必要的。

秉承“理实一体化”的教学理念,本书内容结构的安排是按照实际工作流程进行的。在实际工作岗位中,对于一名渠道经理而言,他的首要任务是开发和建立渠道,然后才是对渠道进行管理。本书也是沿着这样一种思路,从布局渠道结构开始,然后选择渠道中的成员,在渠道扁平化的发展趋势下,每个企业或组织越来越关注终端的表现,对渠道终端的开发与管理也就成了重点。到了这个阶段,渠道基本就运行起来了,但是怎样才能运行得更好呢?这时就要激发渠道成员的积极性,即对渠道成员进行

管理；同时，还要依据一些指标对渠道进行评估，依据评估结果再对渠道进行调整。这就是整个实训的过程。

在编写本书的过程中，一种想把自己对渠道的理解、感悟记录下来的毅力，使我能够认真、静心地思考、总结。特别感谢王方教授对我的指导，感谢学院各位领导对我的支持和鼓励，感谢家人对我工作的体谅和配合。我也越来越深刻地体悟到，做好一件事情需要很多人的支持。

作为一名专业老师，我有很多方面需要提高，也有很多问题需要向前辈请教。对于书中的不恰当之处，恳请各位同仁提出宝贵意见。

李 越

2016年9月

目 录

渠道管理实训概述/1

模块一 渠道开发任务/7

实训项目一 布局渠道结构/9

实训项目二 选择渠道成员/50

模块二 渠道运营与管理任务/93

实训项目三 渠道终端开发与管理/95

实训项目四 渠道成员组织与管理/135

实训项目五 渠道评估与渠道创新/170

主要参考文献/199

渠道管理实训概述

一、渠道管理实训思路简介

企业生产出的商品，只有通过畅通的渠道，才能到达消费者手中，渠道是连接生产商与消费者的桥梁。渠道的规模与效率直接影响着产品的市场表现，渠道的规模越大、效率越高，产品销量就越好。在实际工作中，渠道管理岗位的主要职责可以分为两大类：一类是搭建渠道及开拓市场；另一类是运营与管理渠道。

秉承“理实一体化”的教学理念，以实现工学结合为目标，按照实际工作需求和工作顺序，本书的实训内容分为两个模块、五个项目。模块一是渠道开发任务，需要完成布局渠道结构和选择渠道成员两项任务；模块二是渠道运营与管理任务，首先进行渠道终端开发与管理，然后对渠道成员进行组织与管理，最后进行渠道评估与渠道创新。全书总体实训思路如图0-1所示。

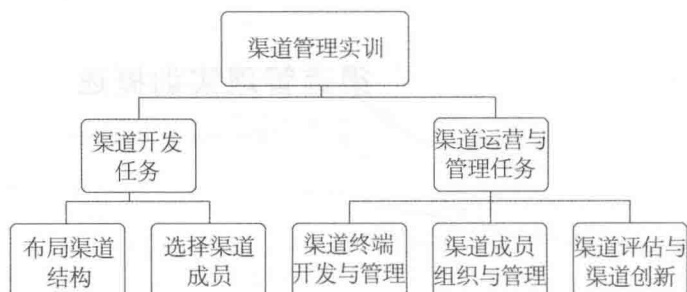


图 0-1 全书总体实训思路

二、渠道管理实训的训练目标及内容

(一) 训练目标

1. 素质目标

(1) 分析能力。能以动态的、联系的、发展的观点辩证地分析从众多渠道取得的信息资料，并且能够通过倾听及观察肢体语言，及时、准确地做出分析判断。

(2) 预测能力。能及时、敏锐地察觉到市场环境的变化，并且能够对渠道管理工作及时做出调整。

(3) 协调组织能力。能够协调各方面的关系，并且能够利用个人自身优点发挥团队优势，共同完成工作任务。

(4) 语言表达能力。

(5) 文字表达能力。

(6) 职业素养。

2. 知识目标

(1) 掌握市场调研的基本方法。

- (2) 了解影响渠道结构布局的因素。
- (3) 掌握选择渠道成员的要素。
- (4) 了解选择渠道成员的策略。
- (5) 了解终端拜访的基本步骤。
- (6) 了解销售条款的基本内容。
- (7) 了解催收应收账款的方法。
- (8) 掌握渠道成员的激励方法。
- (9) 了解化解成员冲突的方法。
- (10) 掌握各类渠道评估指标的含义及意义。
- (11) 了解各类渠道模式的发展动态。

3. 技能目标

- (1) 能够确立渠道战略。
- (2) 能够甄别渠道成员。
- (3) 能够有效激励渠道成员。
- (4) 能够有效解决利益分歧。
- (5) 能够有效管理渠道。

(二) 训练内容

1. 布局渠道结构
2. 选择渠道成员
3. 渠道终端开发与管理
4. 渠道成员组织与管理
5. 渠道评估与渠道创新

三、渠道管理实训学时安排表

渠道管理实训学时安排见表 0-1。

表 0-1

渠道管理实训学时安排

实训内容	实训任务	实训学时数
实训项目一 布局渠道结构	分析影响渠道结构的因素	9 学时
	探究与确定渠道结构	
实训项目二 选择渠道成员	对企业的渠道环境进行评估	9 学时
	分析各种渠道模式对渠道环境的要求	
	针对不同的渠道模式选择相应的渠道成员	
实训项目三 渠道终端开发与管理	业务员拜访终端	16 学时
	谈判销售条款	
	实施铺货工作	
	完成产品陈列	
	催收应收账款	
实训项目四 渠道成员组织与管理	制定渠道成员激励政策	9 学时
	制定渠道成员约束政策	
	制定忠诚渠道成员培养办法	
实训项目五 渠道评估与渠道创新	构建各类渠道模式的评估体系	9 学时
	通过实地考察对渠道进行评估	
	渠道调整及渠道创新探讨	
合计		52 学时

四、渠道管理实训成绩考核办法

在每个实训项目中，个人最终成绩=80%×个人表现情况的成绩+20%×小组表现情况的成绩。

个人表现情况重点考核专业知识储备、知识运用能力、语言表达能力、整体职业素养、团队合作意识等方面。

小组表现情况重点考核每个环节内容填写的认真程度、案例分析讨论情况、小组整体课堂表现等方面。

五、渠道管理实训方法介绍

渠道管理实训依托实训项目，以学生为中心，以提高学生的实践能力为重心，采用以下实训方法：

在教学方面，以学生训练为主，以教师引导为辅。在每个实训项目中，首先由教师对主要的理论知识进行回顾或梳理，对容易被学生忽视的内容进行提醒；然后由学生进行分组实训；实训结束后，由教师进行点评与考核。

在课堂组织方面，学生进行分组练习。由于各个实训项目是环环相扣的，因此所有学生一旦分好组，就不宜再随意变更，以便保证练习与考核的连贯性。同时，每个小组都要注意调动本组成员的积极性，促进分工与协作，从而共同完成实训。

在能力训练方面，将训练重点放在调查市场、分析市场、回应市场以及学习市场的能力上，从而把渠道开发好、管理好。

在实践方面，由于很多实训内容都需要学生进行实践后才能完成，因此教师要鼓励学生多进行实地调查或走访，以便提高实训效果；同时，教师应在渠道发展动态或前沿信息方面，给予学生更多的指导。

模块一 渠道开发任务



实训项目一 布局渠道结构

实训项目二 选择渠道成员

