



Программа семинара " Управление дистрибуцией в кризис. Развитие продаж".

1. Влияние кризиса на каналы сбыта.

- Варианты поведения дистрибуторов в кризис: от поиска новых товаров до ухода с рынка.
- Что будут делать розничные сети и как это повлияет на работу дистрибуторов в регионах.
- Как завтра изменится роль рынков и независимой розницы в регионах.
- Ключевые опасности текущего кризиса для регионального производителя.
- Что в этих условиях нужно делать производителю, чтобы заработать и вырасти.

2. Поиск Точек роста для ваших продаж в существующих условиях.

- Оценка каналов сбыта: уровень потребления, оценка потенциала продаж в регионе в этом году.
- Расчет объемов продаж по каналам сбыта: дистрибуторы, розничные сети и т.д.
- Методы работы с независимой розницей, ритейлом, корпоративными продажами.
- Определение проблем и слабых мест в работе с дистрибуторами и методы их устранения в сегодняшних условиях.
- Использование внутреннего ресурса дистрибутора для развития ваших региональных продаж.
- Набор практических инструментов для увеличения продаж через дистрибуторов.
- Практические упражнения.

3. Управление дистрибуторами - основа продаж в регионе.

- Контроль работы дистрибутора: торговые точки, сети, персонал, представленность и другие показатели. Эффективные методы контроля в сегодняшних условиях.
- Экономика дистрибутора- какие показатели нужно учитывать при контроле и управлении продажами в регионе.
- Методы мотивации дистрибуторов в кризис. Системы мотивации: торгового персонала, собственника, управленцев.
- Работа с дистрибутором через его каналы сбыта, влияем на его продажи- увеличиваем свои. Влияние на каналы сбыта помимо дистрибутора: инструменты, программы, методы.
- Антикризисная работа с дистрибутором, возникающие проблемы и как с ними бороться: дебиторка, падение продаж, «перетарка» и т.д.
- Практическая работа.

4. Маркетинговая поддержка региональных продаж в условиях кризиса.

- Какая реклама эффективнее во время кризиса- на что обращать внимание.
- Подходы и методы проведения рекламных кампаний в регионах с использованием дистрибутора.
- Методы контроля и содействия дистрибутору в проведении акций.
- Важность организации и контроля мерчендайзинга в регионах. Важные элементы.
- Практическая работа.

Приложение: Каталог эффективных акций - описание механизма 15 акций с точками контроля и детализацией проведения.

5. Завершение.

- Индивидуальная работа.
- Обратная связь от участников.

Программа семинара рассчитана на 2 дня.