

《服务渠道管控力》

培训对象：企业渠道大区经理，服务经理、服务质量管理岗主管

培训课时：2天

课程特色：

对于企业而言，如何能够通过代理商、服务渠道更好的向终端市场提供高品质的产品和高品质的服务，是所有服务渠道管理者共同关心的问题。厂家和服务商之间由于关联利益、管理角度、文化理念等方面存在的差异，时常会引发各类矛盾，如何加深厂家与服务商的共识和理解?如何实现厂家和服务商的双赢?服务渠道管理者在面对服务渠道时，应该扮演什么的角色?本课程将为您解答疑惑。

《服务渠道管控力》将在服务渠道管理的全新理论基础，围绕着服务渠道的沟通能力、辅导能力、管控能力这三项渠道管理要素，结合不同行业的标杆服务企业的服务渠道管理成功经验分享，全面阐述服务渠道的策略方法。

课程大纲：

模块一：服务渠道管理的工作认知

- 一、服务渠道管理面临的问题和挑战深度分析
- 二、服务渠道的价值定位与价值最大化的策略
- 二、服务渠道的粗放管理到精细化管理的转变
- 三、服务渠道管理者角色如何进行定位和转化
- 四、服务渠道管理追求的三个目标和三个纬度

模块二：服务渠道的沟通能力提升

- 一、服务渠道的类型和经营特点分析
- 二、不同类别服务渠道的经验者心态
- 三、不同服务渠道沟通中的障碍分析
- 四、服务渠道沟通的目标和评估标准
- 五、服务渠道成功沟通的七个关键点
- 六、如何提高服务渠道老板的支持度

七、服务渠道管理者在沟通中的角色

八、服务渠道常见冲突的管理和沟通

九、服务渠道的层级针对性沟通技巧

模块三：服务渠道的辅导能力提升

一、明确厂家对于服务渠道的期望

二、不同类型服务渠道的达标差距

三、服务渠道老板的经营需求分析

四、终端客户对于服务需求的分析

五、如何搭建服务渠道的前端平台

六、如何强化服务渠道的服务支撑

七、如何发现服务渠道的关键短板

八、服务渠道全方位辅导支撑策略

模块四：服务渠道的管控能力提升

一、如何实现服务渠道精细化管控

二、服务渠道管控存在的短板分析

三、服务渠道运营管控的指标设计

四、服务渠道客户满意度指标管理

五、服务渠道产品和配件成本管理

六、服务渠道的营销指标设计管控

七、如何有效提升服务渠道忠诚度