

---

# 《经销商的开发与渠道管理》

## 课程简介

讲师：崔自三

### 前言：

在运作市场当中，您或您的企业是否碰到过这样的困扰：

- ✓ 1、派了一干人马过去，但市场就是死活开发不起来？以致团队沉沙折戟，信心大受挫折？市场成为了一个“死亡谷”。
- ✓ 2、成功开发了客户，但却管不住，管不好，甚至不知道如何管理，从哪里着手管理，以致“成也经销商，败也经销商”，管理成了市场大难题。
- ✓ 3、客户数量很多，但却没有质量，客户平均单产低，客户开发随意，以致开发的多，死的也多，优秀的客户为何难以寻觅呢？如何来寻觅？
- ✓ 4、销售人员忙忙碌碌，但却不知道客户真正的内在需求，以致市场工作与客户需要南辕北辙？销售人员如何真正地去顾问式销售呢？

### 课程简介

在当前渠道为王的今天，作为厂家及其销售人员如何来开发经销商，用什么样的标准来开发经销商，如何去评判一个经销商的优劣，以及是否适应厂家的未来市场发展呢？优秀的客户是管出来的，不是“惯”出来的，如何去管理经销商呢？用什么样的方式去管理经销商？这些，都是厂家及其销售人员必须要解决的市场课题。

本课程以富有成效的市场操作实践为指导，通过对开发经销商要采取的方法与手段，甄别经销商标准，管理经销商的技巧，销售人员的自我定位等，结合大量的市场实际案例，与销售人员进行，来进一步认识和探讨有关经销商开发与管理实战、实效、实用、实操的方法论，从而通过培养和打造务实高效而优秀的经销商团队，来获得在市场上的优势地位，让自己立于不败之地。

### 培训目标

- 认识经销商的市场地位及其作用，迎合市场发展潮流及未来渠道发展趋势。
- 掌握经销商开发步骤及其方法、手段，寻找适合企业未来发展的优秀的经销商。
- 把握经销商管理的标准及其艺术，明晰管理定位及其运作手法。
- 熟悉和了解经销商开发与管理过程中的一些工具运用等，通过一些市场工具等，来更好地开发与管理经销商。

### 培训对象

- 销售部经理、市场部经理
- 销售经理、市场经理、销售主管、业务员等

### 培训形式

- 讲授、现场练习、角色演练、案例分析、游戏体验、分组讨论、头脑风暴

---

## 培训时间

- 6标准课时

## 培训大纲

### 第一部分：认识经销商

- 壹、 什么是经销商？
- 贰、 我们为什么需要经销商？
- 参、 我们为什么缺乏优秀的经销商？
- 肆、 为什么要选择和管理经销商？
- 伍、 销售人员与经销商应该是一种什么样的关系？

案例解析：娃哈哈“织网”网络天下的实操经历

### 第二部分：开发经销商

#### 一.经销商调查

•(1)调查方式：

- A.“扫街”式调查法。
- B.跟随竞品法。调查在当地市场做得最好、销量最大的竞品经销商。
  - C.追根溯源法。
- D.借力调查法。(第三方)

#### • (2)调查内容

经销商基本情况调查

#### 二.锁定目标经销商

(1).选择经销商的标准

(2)了解目标经销商的需求

#### 三.考察目标客户

(1).六大方面考察经销商

(2).判断一个经销商优劣的九大方面

#### 四.开发客户

(1).经销商拜访

1、拜访前的准备

2、拜访前的时间选择

3、进店招呼技巧

4、店情了解

5、拜访的方法

(2).经销商沟通

1、沟通的原则

2、沟通的六大内容

3、沟通的七大方式

(3).经销商谈判

- 
- 1、业务谈判的目的
  - 2、业务谈判的八个方面
  - 3、客户的异议处理
  - 4、与客户达成交易的时机把握
    - (4).合约缔结
      - 1、合约签订的内容
      - 2、合约签订的注意事项
    - (5).总结评价
      - 1、为什么要进行总结和评价
      - 2、总结和评价的方法
    - (6).经销商建档
      - 1、建档的原则
      - 2、建档的内容
- 精彩案例呈现：优秀的经销商是如何开发出来的？

## 第三部分：渠道管理与维护

- 1、渠道管理的十大常见误区
- 2、通路销售人员业绩评估九大指标
- 3、渠道商日常管理的七项基本工作
  - 采用合理的通路结构
  - 指导通路发货
  - 谨慎管理信用额度
  - 协调出货价格及铺货范围
  - 协助搞好终端客情关系
  - 站在伙伴的角度了解通路的困难
  - 提供有效的培训
- 4、通路管理五大重点难点突破
  - (1) 终端陈列“跳”出来
    - 门头形象化
    - 产品陈列生动化
    - 宣广用品精细化
  - (2) 促销策略及技巧
    - 渠道促销技巧
    - 消费者促销技巧
  - (3) 货款催收技巧
    - 货款催收“连环八式”
    - 案例分析：有效回收货款的“损招”
  - (4) 窜货预防及处理技巧
    - 常见的三大窜货类型及处理
    - 控制窜货五字诀：控、讲、收、罚、帮
  - (5) 终端价格战预防及处理
    - 建立分销联合体

- 
- 模糊返利制度
  - 季度/年度返利制度

案例剖析：二批商管理：胡萝卜加大棒