

---

# 优秀的经销商是怎样过炼成的？

## 课程背景：

随着市场格局的变化以及竞争的加剧，经销商所面临的困难与压力越来越大。如何在激烈的竞争环境中立于不败之地，这是每一个经销商应该思考的问题。

传统的经营模式与家族式的管理是导致经销商难以做大做强的根本原因，如何突破这一瓶颈，也是众多厂家与代理商在思考的问题。

因此，本套课程就是结合当前的市场变化，从多个角度进行剖析，从思维拓展到观念改变，给予经销商必要的方法与技能，帮助各级经销商实现从小到大、从弱到强的转变。

## 课程目标：

通过系统的、专业的介绍与讲解，帮助经销商理清思路、确定方向，建立正确的经营理念，掌握系统的管理方法，更好地实现销售目标，增加销售收入。

## 课程特色：

通过课堂讲授、案例分析、互动教学、小组研讨等教学方式，从中学会并掌握系统性的经营与维护。

**课程时间：**1——2天

**针对人员：**各级经销商

**课程大纲：**

---

思考的问题：

当前经销商面临哪些困境？

当前经销商遇到最大的问题是什么？

你是如何应对的？

## 一、经销商必备的三个一

一个格局——做大

一个意识——危机

一个责任——共赢

## 二、三个方面要认清

### （一）认清销售的内涵

1、销的是什么？——自己

2、售的是什么？——观念

3、买的是什么？——感觉

4、卖的是什么？——好处

### （二）认清销售过程中的四个主体

1、厂家

2、经销商

3、终端渠道（下级经销商、批发商）

4、客户

### （三）认清销售过程中的五个关系

1、经销商与厂家的关系

2、经销商与终端渠道的关系

---

3、经销商与客户的关系

4、经销商与产品的关系

5、客户与产品的关系

### **三、导致经销商难以做大的原因**

1、过大的权力欲

2、过强的功利心

3、过多的家里人

缺少有效的经营与管理，制约了经销商的做大做强。

### **四、经销商要学会经营与管理**

#### **(一) 经营与管理的区别**

1、经营之道在于规律、自然

2、管理之本在于方法、系统

不会经营死得快，不会管理败得快

脱离经营，管理无章可循；脱离管理，经营无法可依

经营与管理兼顾，发展有快有长

#### **(二) 经营与管理的作用**

1、有效地提升工作效率

2、有效地整合各类资源

3、有效地发挥人才效用

4、有效地提高销售收入

### **五、经营与管理的具体内容**

1、销售市场

---

2、经销产品

3、员工队伍

4、终端渠道

5、客户群体

## **六、销售市场的经营与管理**

### **(一) 销售市场的调查与分析**

1、消费者的消费方向与习惯

2、市场的需求量

3、同业的相关状况

### **(二) 制定相应的市场策略**

1、各种媒体广告

2、对外的促销政策

3、对内的促销政策

4、公益事业的参与

## **七、经销产品的经营与管理**

### **(一) 产品的选择 (厂家)**

1、市场有需求

2、厂家有信誉

3、销售有通路

### **(二) 产品的库存**

1、库存量的把握

2、各环节的把握 (进货、保管、出货)

---

### **(三) 价格**

公平合理，保护终端渠道的利益

## **八、员工队伍的经营与管理**

### **(一) 相关队伍的建立**

- 1、内勤人员（财务、仓管等）
- 2、区域经理
- 3、渠道经理
- 4、销售经理
- 5、促销员

### **(二) 制定适当的薪酬体系**

底薪、绩效、奖金、福利、股份分红等构成

### **(三) 必要的培训支持**

- 1、有计划
- 2、有内容
- 3、有重点

### **(四) 会议经营系统的建立**

- 1、早会制度的建立
- 2、夕会制度的建立
- 3、周会制度的建立
- 4、月例会制度的建立

### **(五) 活动管理系统的建立**

- 1、工作日志的建立

---

2、日常追踪制度的建立

## 九、终端渠道的经营与管理

### (一) 终端渠道经营与维护的作用

提升忠诚度

打动销售业绩

开拓新市场

### (二) 终端渠道经营与维护的原则

用心比用力更重要

过程比结果更重要

### (三) 终端渠道经营与维护的方法

1、建立终端客户档案

2、与终端渠道进行有效地沟通

3、帮助终端渠道做好客户关系的维护

4、制作有效的业务推动方案

5、记住重要节日

6、制定有效的会议经营系统

### (四) 终端渠道的业绩管理

销售目标的制定

业绩分析与评估

区域市场的环境分析

业绩促进

### (五) 渠道的冲突管理

---

不同类型的渠道冲突

渠道冲突最小化攻略

整合优势，减少内耗

渠道激励与优化

正确处理客户投诉

## **十、客户群体的经营与管理**

### **(一) 客户经营的必要性**

忠诚客户的培养

新客户的拓展

诉怨的平息

市场的掌控

### **(二) 客户档案系统的建立**

### **(三) 客户服务系统的建立**

1、会员制的建立

2、定期的联谊会召开

3、生日短信

4、会刊的设计发行

5、其它

## **十一、做大的秘诀**

傍大款——找好厂家

拉杆子——扩大队伍

做市场——扩大地盘

---

会管理——大而不乱

找模式——快速复制

## **十二、课程回顾与总结**

在不断发展的过程中总结与提升