
《赚钱经销商——经销商如何做强做大》

课程背景：

经销商能够做大或者说能够取得一时的辉煌都是伴随经销商选中的产品开始的，某个全国性的畅销品牌或者某个区域性的畅销品牌被某个经销商经销，于是这个经销商一不留神就做大了，成了区域市场的王者，如果这个产品在市场衰落，这个经销商也可能就此偃旗息鼓，很难再看到他的辉煌。我们今天需要跟大家讨论的就是经销商怎么样突破自身的瓶颈，取得持续发展，成为区域市场真正的王者。

培训目的：

- ☆ 经销商必须认清自身的角色、营销使命与职业道德
- ☆ 了解经销商发展的一般规律和趋势，明确自己的方向
- ☆ 经销商的经营能力，为提升业绩打下良好的基础
- ☆ 提升经销商的主人翁责任感，主动出击
- ☆ 培养营销创新的心态，掌握市场开拓的策略、秘笈与独门套路
- ☆ 摸准经销商“穴门”，领会经销商生意赢利模式，确保区域市场稳定持续增长
- ☆ 找到解决实际市场问题的药方，带回一套适合自己企业的渠道营销体系

培训对象：全国经销(代理)商及经销(代理)商负责人等

课程时长：(1天)

课程收益：

- ※经销商必须认清自身的角色、营销使命与职业道德
- ※了解经销商发展的一般规律和趋势，明确自己的方向
- ※经销商的经营能力，为提升业绩打下良好的基础
- ※提升经销商的主人翁责任感，主动出击
- ※培养营销创新的心态，掌握市场开拓的策略、秘笈与独门套路
- ※摸准经销商“穴门”，领会经销商赢利模式，确保区域市场稳定持续增长
- ※找到解决实际市场问题的药方，带回一套适合自己企业的渠道营销体系

课程大纲：

第一步 老板自我素养提升

- 一、传统经销商与知识经济的冲突
- 二、级经销商为什么拉不起队伍？
- 三、经销商为什么不愿意教导员工？
- 四、思维习惯，真正的核心竞争力
- 五、管理为什么这么难？如何提升经销商 老板的领导力与说服力

第二步 人事管理与人性化管理

- 一、如何突破“夫妻店”的禁锢，向正规化家族企业进军
- 二、销售队伍（业务员）的管控
- 三、经销商亲属型员工管理
- 四、老业务员的妥善安置与管理
- 五、招什么样的人做业务员更合适

第三步 市场营销新思维

-
- 一、旺季来临前，一个必须考虑的重要环节
 - 二、老客户的新价值
 - 三、如何维护好 KA（大客户）
 - 四、如何开发更多的大客户
 - 五、对经销商精细化管理的几点建议
 - 六、竞争对手搞促销时怎么办
 - 七、销售困境时应该如何应对
 - 八、经销商的差异化营销策略，经销商的 走动式管理

第四步 产品管理

- 一、找出隐形亏损产品
- 二、经销商仓库的存量和库位管理
- 三、产品越来越多，利润越来越少，经销商该怎么办
- 四、换个角度看新品上市
- 五、找准你的拳头产品，优势定位

第五步 创新赢利模式

- 一、什么是赢利模式
- 二、异业展望，创新思维带动利润率与市场份额
- 三、新型经销商的五种创新赢利模式分析
- 四、网络营销，最新的赢利模式探索，主动寻找销售机会

第六步 不同类型客户及下属的沟通之道

- 一、九型人格和营销、管理的关系
- 二、怎样最快地识别不同性格的客户和员工？

三、如何与不同性格的客户和下属沟通，令营销和管理更高效

四、如何激励业务员，如何激励老客户，销售要懂心理学

五、新型经销商应有的进取心态及自我调适能力