

《渠道市场拓展与管理》

(标准版：12 课时)

【培训目标】

本课程旨在通过基本实战演练、案例分析以及教练式辅导等多种教学方式使学员掌握如下技巧：

- 1、学习全业务运营背景下，理解渠道的转型和渠道战略管理
- 2、渠道经营战略的重要意义及价值
- 3、激发社区经理、渠道经理个人学习发展潜能，提升员工投入状态及自我角色认知
- 4、掌握渠道市场的营销策略技巧、提升数据业务推广效率
- 5、熟练掌握家庭式基础服务的模式和执行力
- 6、培育社区经理、渠道经理营销技能手段及创新意识
- 7、增强社区经理、渠道经理对市场信息的分析把握机遇的能力

【培训对象】

本课程培训对象主要为社区经理、渠道经理。

【课程大纲】

一、个人层面：成长孕育品牌

- 1、社区经理、渠道经理的工作生态环境
- 2、作为系统的一员，如何发展该系统
- 3、学习力：市场竞争下的必需能力
- 4、影响力：个人内外部品牌的魅力
- 5、活力：和谐生活的幸福指数
- 6、持续力：职业发展的平台思维

二、市场开拓：经营促进销售

- 1、社区经理、渠道经理如何“保存量，激增量”
- 2、不同性格类型客户的针对性营销
- 3、工具：社区经理针对性营销的常用脚本
 - (1) 派单式营销守则
 - (2) 上门拜访前的准备及营销守则
 - (3) 电话营销守则

三、信息分析：信息蕴含机遇

- 1、案例：一次错失机会的连锁效应
- 2、信息的种类和收集的基本方法
- 3、信息分析的方式与价值提取
- 4、客户信息分类整理
- 5、客户资料整理的要求和方法
 - 思考：客户关系网络影响力
 - 工具：客户经营思维的运用守则

四、基础服务：服务铸造品牌

- 1、案例：见人说人话的魅力

- (1) 服务守则
 - (2) 仪容仪表规范与举止行为
 - (3) 服务用语规范与上门服务规范
- 2、工具：性格测试
 - (1) 如何说话说到心坎里
 - (2) 对不同类型的客户如何差异化应对
 - 3、如何自我管理，彰显个人沟通优势

五、终端及数据业务营销技巧传递

- 1、3G、4G 热销手机实战演练
 - (1) 手机销售关键卖点及话术
 - (2) 三星、华为、中兴、联想等定制终端销售关键卖点及话术
 - (3) 3G、4G 手机配件营销关键卖点及话术
 - (4) 耳线、电池、保护套、挂件等配套关键卖点及话术
- 2、重新认识数据业务
 - (1) 数据业务与其他业务的最大差别
 - (2) 数据业务的分类管理和业务卖点
 - (3) 通过终端销售带动数据业务销售
 - (4) 手机玩家与玩手机的秘诀

现场演练：吸引客户在新购买的手机上试用数据业务的三种途径

六、拜访中经销商的开发技巧

- 1、第一阶段：进入市场前对经销商的初步调研阶段
 - (1) 设定目标，观察市场信息和竞争对手信息
 - (2) 细心观察经销商的人员能力和待客技巧
 - 询问营业员、促销员、导购员
 - 询问购买或参与促销的消费者
 - (3) 观察商品的陈列、摆放方法、数量
 - (4) 默记产品类型、品种和特价产品
 - (5) 向销售人员提问，了解其专业程度
 - (6) 了解补货情况和淡旺季补货频率
 - (7) 了解常用促销策略
- 2、第二阶段：前期调查汇总，资料收集阶段
 - (1) 注意多种数据登记表格的运用
 - (2) 了解经销商个人品性
- 3、第三阶段：通讯产品核心经销商的谈判签约
 - (1) 清晰通讯产品品牌定位
 - (2) 选择合适的谈判地点
 - (3) 详细讲解内容及优惠政策
 - (4) 对提出的异议进行解答
 - (5) 商务谈判的七大策略
 - 欲擒故纵

差额均摊
迂回战术
直捣黄龙
哀兵姿态
釜底抽薪
间接议价

实战演练：某手机经销商虽然经过多次沟通，但仍然三番两次要求议价，分小组讨论该采取哪种议价策略？如何进行谈判？

(6) 合同签订

七、代理商沟通管理篇

1、团队管理

- (1) 团队文化塑造
- (2) 潜能挖掘和人才培养

2、团队激励设计

- (1) 物质激励（奖金）设计基本方法
- (2) 免费的午餐：精神激励的基本原则和方法

3、人员培训

- (1) 业务产品和终端培训的“三句半”方法
- (2) 终端体验式营销中的关键动作和方法

八、经销商的后续客情维护技巧

1、常规性周期型客情维护

- (1) 周期性情感电话拜访
- (2) 周期性实地拜访
- (3) 重大节日客情维护
贺词载体的选择
道贺要亲力亲为
要送有“来历”的礼物

案例分析:这样的祝福说辞为什么不合适？

2、重大营销事件发生时客情维护

- (1) 新店开业
- (2) 参加会议
- (3) 促销活动

3、经销商个人情景维护

- (1) 经销商生日
- (2) 经销商非规律性重大喜事：结婚等
- (3) 经销商非良性意外事件：生病等

课程总结