
《营销渠道管理》

【标准课时】：06小时/01天

【授课对象】：销售副总、总监等销售中、高层管理人员。

【授课讲师】：锤灵

【课程目的】：

学习营销渠道的基本概念

了解关系营销的意义、价值、方法

掌握营销渠道的激励方法

学习与终端客户沟通的策略

掌握客户档案情报的收集与制作

【课程大纲】

模块一.营销渠道管理的基本知识

1.什么是渠道

2.企业对渠道的明确要求--高效通路

3.高效通路：二个基本通路力

4.拉力、推力手段及实施拉力要点

5.在拉力和推力运作时，应注意市场链的环环相连

6.先用拉力还是先用推力

模块二.营销渠道的关系营销

1.关系营销的产生

从4P到关系营销

2.关系营销的含义

什么是关系营销

关系营销与交易型市场营销的主要区别

3.关系营销的发展状况

4.关系营销的特征

信息交流的双向性

以协同为基础的战略合作过程

以双赢为目标的营销活动

以反馈为职能的管理控制系统

5.关系营销的案例

6.关系营销的最新总结

从4P到4C（客户导向）

从4C到4R（关系营销）

从4P、4C到4R的分析

关系营销的梯度推进

关系营销的水平

模块三.营销渠道的激励方法

1.渠道激励的目标

2.激励渠道成员的方法

为何要激励渠道成员

如何激励渠道成员

间接激励与直接激励

助销渠道激励

3.销售终端的科学管理

模块四.通过渠道商结识终端客户

1.激励渠道商介绍终端客户

2.向终端客户介绍产品的科学方法—FABE方法

F (Feature) 特征：说出产品的特征

A (Advantage) 优点：抓住产品的优点

B (Benefit) 顾客的利益：和顾客的利益相结合

E (Evidence) 证据：举出证据来证明

FABE方法的实质

3.与终端客户沟通的技巧

4、成功营销人员的突出技能（四个善于）

5、有效客户沟通的技巧--六特性

模块五.做好渠道商与终端客户的档案工作

1.如何搜集到有效的客户情报

2.如何制作实用的客户档案

3.如何深入分析客户档案效用