

---

# 汽车营销渠道建设与管理

## 【课程背景】

渠道模式不管是工业品还是消费品都是其重中之重，中国地广人多，渠道营销尤其重要，如何选择有效、合适、低成本的渠道模式是企业发展过程中始终需要解决的问题。本课程老师从事营销及汽车渠道管理工作十余年，从理论加实战的角度进行讲授，针对汽车渠道管理过程中重点、难点问题给出有效解决方法，对学员更加具有指导意义。

## 【授课时长】

2天

## 【课程收益】

让学员掌握汽车营销渠道建设与管理的原则、方法，为企业建立健康稳定高效的渠道网络，掌握渠道管理过程中各种问题的解决方法

## 【授课对象】

销售总监、区域经理、销售代表

## 【课程特色】

深入原理剖析、实战动作分解、系统流程打造、互动演练巩固

## 【课程大纲】

### 第一章、 渠道双赢的关键

- 一、企业博弈之囚徒困境
- 二、厂商合作的困境何在
  - 1、厂家为经销商提供三个利益
  - 2、经销商为厂家提供三个平台
- 三、渠道关系的三种类型
  - 1、交易型
  - 2、管理型
  - 3、一体化型
- 四、厂商双赢的三部曲
  - 1、有效沟通
  - 2、充分信任
  - 3、合作共赢

### 第二章、 汽车渠道模式的规划

- 一、国外汽车渠道模式分析
- 二、国内汽车渠道模式分析

---

三、常见的三种渠道模式

四、决定渠道模式的六个因素

五、渠道规划的三个方法

1、渠道长度

2、渠道宽度

3、渠道广度

4、各种渠道模式的特点和优劣势

5、汽车渠道规划四步法

六、渠道方案评价的三个原则

1、经济性原则

2、控制性原则

3、适应性原则

### **第三章、 选择经销商的策略**

一、选择经销商的四个思路

1、理念一致

2、实力考评

3、严进严出

4、合适互补

二、选择经销商的六个标准

1、行销意识

2、企业实力

3、技术服务及方案能力

4、产品匹配

5、经销商口碑

6、合作意愿

三、有效寻找潜在经销商的结网法

四、经销商最关心的三个问题

五、挖掘客户的真正需求

六、说服经销商的三个秘诀

七、签订合同

1、谈判前的准备

2、谈判策略的应用

### **第四章、 做好经销商日常管理**

一、渠道管理管什么？

1、管经营

2、管管理

3、管问题

二、影响渠道业绩的原因及应对措施

1、渠道透支

2、依赖思想

3、结果思维

4、门槛过低

5、短视行为

三、渠道发展的四个阶段

- 
- 1、速度阶段
  - 2、广度阶段
  - 3、深度阶段
  - 4、适度阶段
  - 四、经销商日常拜访的两个原则
    - 1、规律联系，定期拜访
    - 2、目标导向，过程管理
  - 五、拜访经销商的六个任务
  - 六、拜访经销商的六步流程
  - 七、定期进行经销商评估
    - 1、评估的六个标准
    - 2、经销商绩效评估表
    - 3、经销商拜访表
  - 八、如何提升渠道附加值
  - 九、如何应对经销商的抱怨
  - 十、经销商的九个问题

## **第五章、汽车经销商的管控策略**

- 一、销售政策要遵循的四个原则
- 二、如何制定销售政策
  - 1、价格体系
  - 2、返利政策
  - 3、信用政策
  - 4、区域划分
- 三、掌控经销商的七种方法
  - 1、品牌掌控
  - 2、理念掌控
  - 3、服务掌控
  - 4、最终用户掌控
  - 5、利益掌控
  - 6、组织掌控
  - 7、合同掌控
- 四、如何处理渠道冲突
  - 1、垂直冲突
  - 2、水平冲突
  - 3、汽车产品渠道窜货的特点和解决方案
  - 4、如何做好区域内渠道商平衡
- 五、更换经销商的六个问题
  - 1、评估现状
  - 2、掌控下线
  - 3、清楚库存
  - 4、收回货款
  - 5、找到替补队员
  - 6、选择适当时机

