
《经销商开发与管理》

主讲：吴兴波

课程类别

市场开发、有效沟通、销售谈判、经销商管理

课程对象

全体销售人员、大区经理、销售总监、总经理

课程形式

专题讲授/互动问答/案例分析/视频分析/现场讨论

课程时间

1天（不少于6个标准课时）

课程目标和效果

- ✦ 掌握经销商精准开发的策略，寻找选择目标经销商
- ✦ 掌握有效沟通的艺术和方法，学会听说看问的四种状态
- ✦ 掌握介绍产品塑造价值的策略，掌握从客户回答中整理客户需求的技巧
- ✦ 掌握如何以客户为中心做好产品优势分析，提炼一针见血的产品卖点
- ✦ 掌握试水温预留让步空间，高效谈判快速成交的方法
- ✦ 掌握成交前、中、后的谈判策略，掌握报价、议价、降价的策略
- ✦ 掌握经销商管理的三步曲与六大系统，掌握重点经销商的管理与激励

课程纲要

第一部分：经销商的精准开发

- 一、企业需要什么样的经销商？
 1. 经销商选择的关键要素
 2. 经销商选择的标准
- 二、为什么总缺想要的经销商？

1. 选择经销商太浮躁

2. 没有标准

3. 缺乏管理与服务,

三、经销商开发管理的误区

1. 经销商的开发管理公式

2. 开发经销商就是占山头。

3. 开市场就是找大户。

四、经销商开发前的准备

1. 市场背景的了解

2. 区域市场的规划

3. 公司独特优势的提炼

4. 认识并了解对手

五、寻找，选择目标经销商

1. 经销商经营现状分析

2. 经销商的主要类型

3. 目前经销商的生存状态分析

4. 选择经销商的六大标准

5. 判断经销商优劣的九大方面

六、开发经销商的流程步骤

1. 顾问式销售理念

2. 快速建立信赖感

3. 了解需求，介绍产品

4. 销售过程中的异议处理

5. 快速成交技巧

6. 合作后的关系维护

第二部分：有效沟通塑造产品价值

一、有效沟通的艺术和方法

1. 有效沟通的目的和关键

2. 有效沟通的原则、效果、技巧

-
- 3.有效沟通的听说看问四种状态
 - 4.销售沟通上的黄金定律及三要素
 - 5.销售沟通的五个基本法则
 - 6.销售沟通九大障碍及四大要素

二、介绍产品塑造价值

1. 接受、认同和赞美
2. 从客户回答中整理客户需求
3. 如何以客户为中心做好产品优势分析
4. 产品特点、优点、好处、证据对成单的影响
5. 一针见血的产品卖点提炼
6. FABE 法则介绍产品塑造价值

第三部分：高效谈判快速成交

一、高效谈判开局技巧

1. 摸底后谈判开局
2. 了解并改变对方底线与期望
3. 试水温，预留让步空间
4. 提出成交请求的最佳时机

二、快速成交谈判技巧

1. 成交前、中、后的谈判策略
2. 价格谈判技巧，率先报价与避免率先报价
3. 议价：谁先让价谁先死，要求对报价或立场作出反应
4. 如何报价？如何让步？让步次数与幅度
5. 让对方感觉他赢了，让对方感觉他在掌控格局

第四部分：经销商管理与服务

壹、厂商门当户对战略意义

- 1.“上错花轿嫁错郎”的启示
- 2.经销商实力 PK 意愿的四种状况

二、经销商管理三步曲

1. 布局 and 选择

2. 引导和培养

3. 管理和控制

三、区域市场有效管理六大系统：

① 选择 ② 培育 ③ 激励 ④ 协调 ⑤ 评估 ⑥ 调整

四、重点经销商的管理与激励

1. “名”与“利”一个都不能少，激励优质客户一把手的五个策略！

2. 胡萝卜加大棒/强压/疏导

3. 经销商跟定你的三个条件：

1 钱赚

② 有东西学

③ 有未来发展保障

4. “老油条”、“鳄鱼型”经销商的三大“死穴”有效管控

五、做好区域市场的动态评估

六、厂商同盟之道：没有永远的朋友，只有永远的合作