
用结果说话，以实效为准，为目标负责，因为专业所以卓越

《高效渠道开发与管理》

主讲：吴兴波

前言

- ✦ 面对“硝烟弥漫”的区域市场，您是否有一整套完善的开发策略？
- ✦ 市场要求精细化、规范化，集中化操作，如何系统、合理的开发渠道？
- ✦ 在产品同质化竞争日益激烈的今天，如何有效突围？
- ✦ 在谁掌握渠道，谁就掌握了未来的“渠道为王”时代，该如何管控？
- ✦ 有无一套完善而有效的渠道合作机制，销售政策能否贯彻到底！
- ✦ 如何掌控渠道，服务管理好经销商，该如何激励？

培训对象

渠道销售全员/销售主管/销售经理

培训形式

专题讲授/互动问答/案例分析/视频分析/现场讨论

培训时间

1天/2天，每天不少于6标准课时

培训目标和效果

- ✦ 掌握渠道开发的步骤、方法和技巧
- ✦ 掌握规划渠道市场的关键
- ✦ 掌握渠道市场、客户的选择与评估
- ✦ 掌握开发客户的方法和策略
- ✦ 掌握如何精耕细作，渠道再造的关键事项
- ✦ 掌握培训、激励与沟通艺术，提升客户忠诚度
- ✦ 提升管理客户，掌控渠道的能力
- ✦ 学习、整合、转化，找到一套适合自己产品的销售体系

课程纲要

第一讲：渠道为王，重在规划

一、认识渠道，分析渠道模式

1. 渠道的作用不仅仅是产品销售

-
2. 理解渠道开发的完整意义
 3. 消费行为与渠道开发
 4. 注重行业间的整合力量，撬动市场渠道
 5. 终端、经销商、厂家经营模式分析

二、渠道规划，找到“适合”的渠道体系

1. 企业需要什么样的渠道？
2. 为什么总缺想要的经销商？
3. 渠道开发管理的误区
4. 如何建立“适合”的渠道体系

第二讲：优质客户，渠道根基

一、经销商的选择与评估

1. 探讨：我们要经销商做什么？
2. 经销商选择与评估
3. 选对人，是关键
4. 寻找优质客户的方法
5. 优质客户选择的六大标准

二、渠道开发策略

1. 渠道开发也要定位
2. 开发渠道要掌握时机，争取主动
3. 要注重未来渠道建设
4. 渠道开发与品牌开发
5. 不要重大轻小：大客户不一定是大渠道

第三讲：精耕细做，渠道之本

一、区域市场精耕细作

1. 精耕细作的必要性
2. 区域市场的核心区域精耕细作
3. 周边区域有效辐射
4. 点面结合，保持深度和广度的平衡
5. 因地制宜，多途径进入

二、优化客户，渠道再造

1. 增加拓展渠道成员
2. 提升终端覆盖率
3. 设立分支机构
4. 渠道再造

◇ 渠道现象

◇ 渠道的咽喉要塞在哪里？

◇ 对经销商，打一批拉一批

◇ 优质客户深开发，运作关键经销商

◇ 助销，重心下沉，反控网络

第四讲：设计合作机制，渠道共赢

1. 制定并设计渠道销售政策

◇ 价格

◇ 返利

◇ 回款

◇ 年终奖等

2. 制定并设计渠道销售机制

◇ 人员配备

◇ 产品策略

◇ 价格策略

◇ 市场开发策略

◇ 网点布控策略

3. 制定并设计渠道服务模式

第五讲：管理客户，掌控渠道

1. 渠道管理策略

◇ 先发展再完善

◇ 了解状况，指导经营，排忧解难

◇ 及时处理意外突发事件

2. 渠道管理三步曲

◇ 布局 and 选择

◇ 管理和控制

◇ 引导和培养

3. 渠道管理的十大方法

4. 优质客户的激励和调整

第六讲：用心服务，渠道长青

1. 没有永远的朋友，只有永远的合作

2. 常来常往，优质客户拜访

3. 市场问题的及时处理

4. 销售政策兑现及时到位

5. 区域人员全方位的关怀

6. 心目中有你，领导人的关怀

7. 优质客户的评比与奖励等

信用管理：看得见的