
用结果说话,以实效为准,为目标负责,因为专业所以值得信赖

《经销商开发与管理》

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、合理的开发管理经销商？
- ✦ 在谁掌握渠道，谁就掌握了未来的“渠道为王”时代，经销商关系该怎么管理？
- ✦ 每月销量上不去，经销商信心起不来；销量上来了又不听话，该怎么办？
- ✦ 营销政策不能贯彻到底，钱被经销商拿走了，该做的事却没做！
- ✦ 大多销售经理无法与客户平等沟通，压销售任务方法笨拙，怎么办？
- ✦ 问题不能快速有效解决，客户怨声四起，客户怎么管控？怎么维护？
- ✦ 《经销商开发与管理》，将为您提供新形势下经销商开发与优质客户管理方案

培训对象

全体销售人员、销售主管、销售经理、市场部人员

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

2天，每天不少于6标准课时

培训目标及效果

- ✦ 掌握区域市场经销商的精准开发，掌握经销商开发前的准备
- ✦ 掌握市场调研的方式和区域市场的规划，掌握选择经销商的六大标准
- ✦ 掌握有效沟通的艺术和方法，掌握判断经销商优劣的九个方面
- ✦ 掌握从客户回答中整理客户需求的技巧，掌握介绍产品塑造价值的策略

-
- ✦ 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
 - ✦ 掌握区域市场的精耕细做，掌握经销商管理激励的三步曲与六大系统

课程纲要

第一部分：得区域者得天下（区域市场经销商开发）

第一讲：区域市场经销商开发

- 一、区域市场经销商概述
 1. 经销商的价值与作用
 2. 建立以经销商为核心的销售策略
- 二、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
- 三、为什么总缺想要的经销商？
 1. 选择经销商太浮躁，没有标准
 3. 缺乏管理与服务
- 四、经销商开发管理的误区
 1. 开发经销商就是占山头
 2. 开市场就是找大户

第二讲：得区域市场者得天下

- 一、区域市场的开发流程
 1. 市场调研
 2. 目标市场细分
 3. 目标客户的选择与分析
 4. 市场定位
 5. 目标客户
 6. 拜访沟通
 7. 谈判成交
 8. 服务维护
- 二、经销商开发前的准备
 1. 市场背景的了解
 2. 市场了解的主要内容

3. 了解市场背景的途径

三、区域市场的规划

1. 你有目标吗：市场在你手里想弄成什么样子

2. 你有策略吗：如何实现你的目标

四、 市场调研的方式

1.“扫街”式调查法 2.跟随竞品法 3.借力调查法

伍、 了解公司市场遗留问题

1.认识对手，把竞争对手的优势变弱，弱势更弱

2.了解公司在市场上的影响力

3.有哪些好的口碑，有哪些坏的影响

第三讲:寻找,选择目标经销商

一、目标客户的定位与选择

1. 了解自己的需求

2. 了解客户的需求

二、约见与拜访客户的方法

1. 接近客户的主要方法

2. 拜访客户的最佳时间

参、经销商经营现状分析

1.大哥大 2.中产阶级 3.潜力股 4.散兵游勇

四、目前经销商的生存状态分析

1.生意状态 2.心理状态 3.理想状态

五、选择经销商的六大标准

六、判断经销商优劣的九大方面

第二部分：谈定天下（目标经销商的沟通与谈判）

第四讲：目标经销商的有效沟通

一、如何快速建立信赖感

1.运用微笑的力量

2.得体的服饰仪容，专业的商务礼仪

3.坐有坐相，站有站姿，给客户信赖的感觉

4.同客户一样的“职业化”促进信任感觉

5.快速建立信赖感的十二种方法

二、有效沟通的艺术和方法

1.有效沟通是理解力

2.有效沟通的四个原则

3.有效沟通的黄金定律

4.有效沟通的方法和技巧

第五讲：了解真实需求，介绍产品价值

一、了解客户真实需求

1.建立信任才有真实的需求

2.马斯洛需求理论的实际应用

3.满足需求，对接产品

4.挖掘需求，引导决策

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

第六讲：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

二、如何创造双赢谈判

1. 如何主导谈判

2. 如何造势

3. 提出成交请求的最佳时机

三、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

第三部分：关系维护稳天下（经销商管理与关系维护）

第七讲：区域市场的精耕细做

壹、横向扩张市场

1. 横向扩张
2. 并联扩张
3. 串联扩张：谁拥有用户谁就拥有未来

贰、纵向坚守老客户

1. 纵向坚守
2. 老客户、老市场的坚守策略
3. 深度开发
4. 深度开发下的品牌扩张

参、资源整合优化市场

1. 选择找准合适市场
2. 扫描“鸡肋”客户
3. 确保网点布局合理
4. 整合资源，重组市场

第八讲：如何做好经销商管理

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 and 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有钱赚 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