
《策略性经销商开发与管理》

(主讲：王同)

本课程已服务过统一食品、雅客、公牛、洁丽雅、鱼跃医疗、佳丽宝、洽洽、水星家纺.....

▫ 培训目标：

1. 厘清厂家与经销的关系，明确厂家业务人员的角色定位；
2. 学习经销商开发的策略，提升说服准经销商合作意愿的沟通谈判能力；
3. 学习拜访经销商的方法；
4. 学习管理经销商的策略要点及方法；

▫ **培训对象：**营销管理人员、业务骨干等，适用于通过经销商销售（渠道销售）模式的企业方业务人员（不是经销商）**经销商大会课程请参阅王同老师的《创造、超越、共赢》课程**

▫ **培训方式：**课堂讲授、案例分析、小组研讨等启发式、互动教学

▫ **培训时间：**12 小时，即贰天

▫ 课程提纲：

引子：有什么样的客户，就有什么样的市场

第一节、经销商不可回避、不可替代（重视、感恩）

- 1、思考：我们为什么要找经销商？
- 2、如何正解“厂商共赢”？
- 3、厂商之间，业务人的角色定位
- 4、对经销商应有维护、有管控

第二节、开发经销商策略思维

- 1、经销商开发步骤（倒着构建渠道）
- 2、客户合作的层级：潜在、目标、意向、合作、老客户/大客户…
- 2、区域潜在客户资源调查
- 3、拜访目标经销商
 - ✓ 评价经销商的六个维度，锁定目标客户
 - ✓ 工具：经销商量化评估表的应用
 - ✓ 初步拜访你的目标经销商
- 4、选择合适你的经销商
 - ✓ 区域市场经销商结构的规划
 - ✓ 选择你需要的客户，适合的才是最好的

第三节、准经销商合作意愿促成谈判

- 1、你得有好的态度（冰山下的东西）
 - ✓ 积极、正面、主动
 - ✓ 诚恳，可信的
 - ✓ 站在他的立场考虑问题
 - ✓ 关注到细节、关注过程
 - ✓ 生意之外的沟通能力
- 2、准经销商谈判致胜技能
 - ✓ 要知道准客户的心思
 - ✓ 沟通谈判的关键要素及准备：实力、共赢……
 - ✓ 准经销商说服技能六字真言：多问多听少说
 - ✓ 客户谈判技巧：暖场、让步、交换、配套、拖延/沉默、打破僵局…
 - ✓ 思考：换着角度去说服？（不和我们合作将会多么多么的“不好”！）
 - ✓ 沟通实用策略：厚而不憨、心中有数、营造环境、善动者动与九天之上
- 3、准经销商合作意愿的激发

-
- ✓ 了解他经营、管理的现状
 - ✓ 从中发现一些问题
 - ✓ 让客户意识到这确实是个问题，进而产生压力（痛苦）
 - ✓ 扩大这种痛苦（即在强化客户的需求）
 - ✓ 提供解决方案（即我们的合作方案）

4、互动 PK：新客户开发，疑难问题破解

第四节、如何有效拜访经销商

第一步：拜访准备

- 1、优秀业务人员的职业心态：有欲望、有目标、人勤奋、意志坚、会沟通、可信任：人乐观、懂世故
- 2、确定拜访的目的和计划

第二步：拜访接触

- 1、和客户的情绪首先要在同一个频道
- 2、如何获得客户对你的认可/信任？
讨论：如何克服经销商的“不关心”？
- 3、先了解需求后介绍你的方案

第三步：了解需求/引导需求

- 1、探寻需求才会有更多机会
 - ✓ 案例：水果摊的销售达人
 - ✓ 讨论：客户说“你们的价格太高了”可能是什么想法？
- 2、探寻顾客需求

✓ 积累你对经销商的认识（经验）

✓ 需求探寻技能——望、闻、问、切

3、SPIN 提问销售法激发客户的需求

第四步：产品/政策/方案的价值呈现

1、我们的政策是多么多么的好——NFABE 法用应用及其应用限制

2、换个思路去说服：不听我的将会多么多么的糟！

✓ 案例：灵隐寺卖香的妇人

3、让客户体验你的产品及服务——不要卖牛排，卖的是牛排烧烤时的滋滋声

✓ 讨论：如何创造机会让客户体验你的方案或服务？

✓ 思考：厂家对于渠道商有没有“品牌”？

第五步：客户异议处理

1、讨价还价关键词解析：施压、价值、交换、配套、期望值

2、互动：销售话术的运用与演练

第六步：获取承诺

1、承诺就是目标，给他好印象

2、让客户带着对你的“标杆”去度量竞品

3、提供必要的售后服务

第五节、如何有效管理经销商

引子：提升你在经销商那的“影响力”

1、经销商管理的要点

✓ 经销商管理管什么？（结果与过程）

✓ 顾问式管理才是有效的方式

2、经销商的评估与分级管理

3、经销商的目标管理，设定、跟进与考核

4、经销商的激励管理

✓ 对经销商激励的内容

✓ 对经销商激励的方式

5、对经销商的过程管理

最后，学员疑难问题破解；学员优秀案例分享与点评；

经销商管理进阶课程，请参阅王同老师相关课纲

《经销商联合生意计划》

《从压货到动销：驱动渠道销售的生意策略》

(以下空白)