
《用经销商的资源做市场》大纲

(二天)

培训对象：厂家的一线销售人员，区域经理、管理人员

目的：让销售人员掌握管理经销商的新思路、新方法，通过有效的经销商管理，提升产品销量，培养经销商的忠诚度。

培训方式：讲授、案例分析、课堂讨论、互动

经销商管理涉及两个问题：

经销商管理，管什么？

经销商管理，怎么管？

本培训课程，在总结一线销售人员成功经验的基础上，提出了管理经销商的新理念、新策略、新方法。

【中心观点】

一线营销人员的问题：

用公司的资源讨好经销商，争取经销商打款进货。经销商把款打到公司账户上，销售工作就算完成了。

这是本末倒置的做法。

销售人员要学会用经销商的资源销售我们企业的产品。

第一部分 经销商管理，管什么？

一、营销战就是资源战

“给我一个支点，我就能撬动地球。”对营销人员而言，这个支点就是营销资源。营销资源是企业抢占市场的锐利武器。拥有优势资源，企业就可以提高产品知名度，吸引顾客购买，打击竞争对手。做营销就是：

用好企业资源：让企业的营销资源发挥出抛砖引玉，四两拨千斤的作用。

整合市场资源：利用他人的资源运作市场。

创造新的资源：企业最重要的营销资源就是营销人员的智慧和创造性。

二、抢占经销商的资源

管理经销商的核心，就是管理经销商的资源；

管理经销商的目的，就是最大化地利用经销商的资源来促进我们公司产品的销售。

经销商的资源是有限的，你不去抢占，你的竞争对手就会去抢占。

三、经销商的资源分类

经销商的资源可以分为三类：

硬资源：经销商的人员、资金、网络、仓储物流等；

软资源：经销商的营销思路、市场运作能力、经销商对厂家的配合意愿、经销商的信誉等等；

第三方资源：经销商的社会关系资源和竞争对手资源等等。

销售人员做销售，就像毛泽东讲的“要团结一切可以团结的力量”，利用一切资源来促销我们产品的销售。

管理经销商的最高境界就是：

把经销商的员工变成我们公司的推销员；

把经销商的钱变成我们的流动资金；

把经销商的仓房变成我们的仓库；

把经销商的网络变成我们产品的销售渠道；

……

总之，把经销商培养成我们的分公司、办事处，培养成我们的区域经理。

四、管理经销商的员工

目的：

让经销商的员工大力支持我们产品的销售。如果经销商公司，从老板到基层员工，每一个人都为如何促进我们产品的销售而努力，那我们产品的销量一定会提高。

具体操作方法……

五、管理经销商的钱

为什么要管经销商的钱？

1、提高经销商的资金占用率，让经销商把更多的钱投放我们产品的销售上。抢占经销商的资金，抢占经销商的库房，让经销商把资金都投放到我们产品上，这永远是销售最重要的秘诀。



如何操作操作方法……

2、让经销商出钱促销推广我们的产品。经销商希望市场运作的所有费用都由企业承担，而每一家企业都希望经销商自己也要投入部分市场运作费用，如广告推广费用，促销费用，促销人员费用。销售人员如何才能让经销商从自己的口袋里掏钱，承担合理的市场运作费用呢？

操作方法……

3、指导经销商，确保经销商资金安全。经销商账面上有钱时，他才会给我们回款。但经销商的资金常因各种原因导致资金紧张。面对这种情况，销售人员该如何处理？

4、及早收回货款。

具体操作方法。

六、管理经销商的仓库

管理经销商的重点是管好经销商进销存。

销售人员如何在经销商的库房里发现生意机会？

七、管理经销商的网络

娃哈哈老板宗庆后说，只要我们能将二批商、零售商捆绑到娃哈哈的战车上，我们就一定能成功。

销售人员如何通过管理客户的下游网络，达到促进产品销售，有效管控经销商的目的？

八、管理经销商的软资源

合作之源是共同利益，合作之本是共同理念。

厂商之间常因利益和理念的不同而导致矛盾，如何从思想上统帅客户？

忠告：经销商是被厂家推着走，逼着赚钱的。

销售人员如何让经销商积极配合公司政策与策略？

九、管理经销商的第三方资源

利用经销商的社会关系资源来促进产品销售；

四流的业务员不会利用资源促销售；

三流的业务员会用公司资源促销售；

二流的业务员善于整合市场资源促销售；

一流的业务员能用竞争对手资源促销售。

业务员如何使用竞争对手的资源，把竞品变成我们的促销品？

十、选择拥有资源优势的经销商

企业选择什么样的经销商？

标准就是经销商拥有公司需要的优势资源。

中国企业的营销实践告诉我们，有什么样的经销商，就有什么样的市场；经销商做得有多好，市场就会有多大。

只有有效地管理好经销商，才能有效地运作好市场。

第二部分 经销商管理，怎么管？

如何让经销商愿意把资源投放到我们产品的经营上？如何激励经销商？

管理经销商的三大策略：

一、利益激励

经销商卖我们产品赚钱越多，他卖我们产品的积极性越高。因此，销售人员的责任不是把产品卖给经销商，而是帮助经销商利用我们的产品来赚钱。当我们的产品成了经销商主要的盈利产品时，我们就有了掌控经销商的主动权。

需要说明的是，让经销商赚钱，不是公司给经销商让利，而是销售人员帮助经销商利用公司的产品赚钱。

销售人员如何操作呢？

二、客情关系

销售人员要向经销商提供人性化和个性化的服务。

销售人员如何增强与客户之间的感情关系？

三、增值服务

销售服务要升级：从销售服务向增值服务转变。

销售人员要给经销商提供增值服务。

总之，销售人员在和经销商打交道时，要扮演好三重角色：

做经销商赚钱的好帮手；

做经销商生意场上的朋友；

做经销商经营管理的顾问。
