

渠道拓展与品牌推广

讲师：张铸久

课程纲要

【课程名称】 《渠道拓展与品牌推广》

【课程收益】

- 运用专业的技巧克服渠道拓展阶段的障碍
- 分析影响渠道拓展的关键因素
- 建立有效的渠道拓展战略和计划
- 帮助企业的销售人员了解渠道销售前沿理念，意识到卓越渠道销售所具备的能力；
- 增强渠道客户购买意愿，加速达成协议，快速提高销售业绩；

【课程对象】 资深销售人员

【授课方式】 重点内容讲解、案例分析、小组讨论、视频观摩、角色扮演

【课程时长】 1天，6小时/天

【课程大纲】

第一部分：渠道拓展

一、渠道客户采购要素

- ✚ 了解客户需求
- ✚ 快速与决策人建立信任
- ✚ 有效阐述解决方案的价值
- ✚ 确保客户满意

二、渠道拓展前的计划与准备

- ✚ 收集客户资料
- ✚ 关心客户行业发展方向
- ✚ 关心客户的业务及工作流程
- ✚ 客户组织结构分析
 - “操作层”、“管理层”、“决策层”的内在关系

讨论：客户的决定谁做主？

三、制定渠道拓展计划

- ✚ 拓展计划的重要性探讨
- ✚ 拓展计划涵盖的内容

练习：制定渠道拓展计划

第二部分 渠道销售技巧

四、快速与客户建立信任技巧

- ✦ 分析客户行为风格分析
- ✦ 客户购买心理需求变化
- ✦ 建立信任的方法

---信誉+设身处地

练习：快速建立信任的方法

五、客户需求及我方机会分析

- ✦ 分析我方商机
- ✦ 注重商机中人和事实两方面的因素
 - 分析事实 工具 1 运用 7P 模型了解客户组织架构企业的因素
 - 分析人 工具 2 运用五维模型了解客户组织架构人的因素
- ✦ 掌握查询事实和了解想法的问题，以理解客户的需求

小组讨论：建立大客户问题库

- ✦ 了解聆听获得的信息的方法，并就问题的本质取得客户的认同

六、有效推荐我方解决方案的技巧

- ✦ 提出能明确地解决客户问题的方案，并向客户展示这些解决方案
- ✦ 运用 D-SAB 模型推广解决方案
- 练习：D-SAB 推广方式
- ✦ 主动了解客户的顾虑，化解大客户的异议
- ✦ 采取有效的步骤与客户达成一致

七、品牌推广中的巩固信心阶段

- ✦ 掌握如何强化和巩固客户的购买决定
- ✦ 此阶段如何避免或处理客户的不满
- 小组讨论：客户满意的重要性
- ✦ 了解如何寻求新的业务机会和推荐
- ✦ 确保获得较高的客户满意度，并在售后阶段与客户增进业务关系

第三部分 渠道促销活动

八、渠道品牌推广中的促销活动

- ✦ 定义渠道促销
- ✦ 促销活动的策略方向
- ✦ 促销活动具体内容

讨论：如何制定促销活动方案

九、你的行动计划