

区域市场开发策略与回款

主讲：高定基|资深销售讲师

【背景】

中国幅员辽阔，市场潜力巨大，区域市场开发是企业永不落幕的课题。对家居建材行业来说，区域市场开发绝大部分都是和当地经销商合作，因此区域市场开发也就是招商，需要开发出有较高质量符合企业品牌属性的经销商。

区域市场开发有多种模式，不同的模式有不同的优势和劣势。在招商模式中，派区域经理到目标市场进行选择性的扫街招商是常用的招商模式。因此，区域经理的招商能力和准备工作至关重要，掌握一定的招商策略和技巧能大大提高招商的成功系数。本课程从实战出发，就区域经理招商技能进行讲授和训练。

【对象】

区域经理、市场开发部人员、营销总监、总经理等。

【收益】

- 1.掌握区域市场开发流程
- 2.掌握区域市场开发拜访策略
- 3.掌握市场开发必备的素养和技能

【大纲】

第一讲 区域市场的开发流程

- 1.搜寻：当地状况和信息来源
- 2.接触：谁是客户与接触方式
- 3.评估：传统评估和新的评估
- 4.跟进：销售人员的三种境界
- 5.商谈：商谈的三项基本原则
- 6.签约：坚持契约精神不动摇
- 7.开店：从策划到培训都要做

8.扶持：扶上马还要送上一程

第二讲 区域市场开发的拜访技能

1.拜访前：FAQ、仪容仪表、文件资料、拜访路线、专业技能

2.拜访中：名片等礼仪、优势呈现、八大沟通技能

3.拜访后：告别礼仪、告别诉求、反馈总结

第三讲 区域市场开发的主要形式

1.展览会：传统模式，创意无限

2.媒体广告：成本高，适当投放

3.网络招商：搜索优化，网络资产

4.电话营销：大海捞针，有的放矢

5.扫街走访：工作量大，笨鸟先飞

6.观摩开发：参观经典客户的活动

7.招商大会：投入大，也必不可少

8.研讨培训会：成本低，客户价值

9.联合招商会：成本低，协调难度大

第四讲 区域市场开发的客户维护

1.日常拜访：电话、微信、会议、快递、上门

2.内容分享：行业资讯、成功案例、无毒鸡汤

3.特殊慰问：法定节日、特殊状况、定制礼物

4.培训分享：培训团队、学习资讯、请客户学

5.运营诊断：活动策划、诊断意见、专家咨询

6.重点扶持：资源扶持、团队扶持、学习优先

7.实惠优先：政策优先、大客户实惠、身份标签

第五讲 区域市场开发的必须信念

1.锁定目标：公司目标、客户目标、自身目标

2.坚定信心：相信公司、相信产品、相信自己

3.永不放弃：准备多少、努力多少、改变多少

第六讲 区域市场开发的三角法则

- 1.产品：市场需求的、引导需求的
- 2.利益：客户可赚钱的、可延续的
- 3.情感：把客户当朋友、把朋友当亲人

第七讲 区域市场开发后的回款策略

- 1.契约原则回款：契约精神是根本，晓之以理
- 2.情感升华回款：强化和相关方面的感情交流
- 3.客户价值回款：为客户提供额外的服务和增值
- 4.利益绑定回款：梳理利益关系，绑定新的利益
- 5.死缠烂打回款：咬住青山不放松，不到黄河心不死
- 6.赢取同情回款：坦诚个人处境赢得同情，甚至苦肉计
- 7.外援介入回款：通过第三方的介入和帮助推动回款
- 8.极端策略回款：退出策略、最后通牒等策略回款