
渠道开发与管理

【授课老师】

- 高海友

【学员信息】

- 渠道人员

【课程背景】

- “借力使力”目的是让自己更具力量。企业选择渠道而不是直销的形式去占领市场，其目的就是通过牺牲一部分利润来交换企业本身短缺的资源，包括但不限于资金、实力、人才、社会关系、场地、各类资源等。渠道式销售，已经成为当前最流行的一种快速而低成本的占领市场的方法和手段。如何让我们让出的利润换取更多的资金、人才、社会关系、场地等各类资源，渠道经销商的选择则是关键的关键。
- 本课程从完全实战的角度，以目的为中心，抛开空洞的理论，抓住问题的核心，让企业的渠道人员从几个关键点处着手，快速建立优质渠道队伍，优化现有代理体系，让优质渠道成为我们的核心优势。

【课程收益】

- 理解渠道设计思路及特点。
- 了解渠道建设过程中风险点及规避风险的方法。
- 明确渠道管理的核心要点
- 掌握让渠道持续优秀的根本方法

【课时安排】

- 2天 (12)

【授课方式】

- 核心法则讲解、案例分析、角色扮演，启发式、互动式教学

【授课大纲】

第一部分：渠道资源（经销商）的认知、甄别、规划

- 一、 什么是渠道？
- 二、 渠道通路的根本属性是什么？
- 三、 如何鉴别优质经销商：宽度考核、深度考核、接触面考核
- 四、 如何做好渠道梯队的规划与设计？

第二部分：如何快速与优质经销商建立合作关系

- 一、 赢在客户分析：知己知彼，赢的几率才高。
 1. 他是谁、他对谁负责
 2. 他制约谁、喜好、性格、价值观……

-
3. 客户的特需和偏好、为什么同竞品关系好？
 4. 竞品：产品分析
 5. 竞事：制度、规定、流程、文化……
 6. 竞人：操作者的风格、弱点和强点
 7. 大客户心理与行为分析
- 二、 赢在客户拜访
1. 如何面对不热情、不接待、逐客令？不敢（不愿）去了么？
 2. 大智若愚—大智必愚
 3. 建立不平衡，形成愧疚感
 4. 别浪费客户给你的机会—偶遇到阳光，你灿烂了么？
 5. 如何同不同类型的客户打交道：老板、店长
- 三、 销售复盘与升级
6. 精英的不贰过原则：复盘的作用和意义
 7. 胜兵之战：胜在逻辑制定与优化
 8. 人事物的升级与优化

第三部分：渠道管理

- 一、 如何分类管理或分级管理经销商
1. 做好个性化的渠道分类
 2. 以分类为基础的个性化管理
 3. 渠道管理的PDCA法则
- 二、 如何做好渠道管理与维护
1. 如何做到客户不离不弃
 - a) 思考：为什么有些不幸福的婚姻依然会白头偕老？
 - b) 制造产品类障碍：技术创新、特色满足
 - c) 品牌类障碍：获取大家对品牌的认同（领导-采购--使用者---用户）
 - d) 感性类障碍：愧疚感、不平衡
 - e) 三不：不敢、不能、不想
 - f) 写在最后：走不了的时候，再贴个高大上的标签
 2. 如何让客户形成依赖心理
 - g) 如何让对方喜欢你—以形成情感依赖
 - h) 如何让对方信任你-以达成专业依赖
 - i) 如何让对方离不开你—以达成生命依赖
 - j) 客户的行为对应的心理特征是什么？
 3. 渠道管理
 - a) 渠道优化
 - b) 渠道人员的核心工作
 - c) 如何赢取渠道的信任
 - d) 渠道培训
 - e) 风险管理
 4. 服务、管理的基本角色
 - a) 辅导员--做教练
 - b) 督导员--特派员
 - c) 计划员—做计划

-
- d) 管理员—做领导
 - e) 信息员—做市场
 - 5. 渠道培训
 - a) 培训的针对性：什么样的人需要什么样的培训方式
 - b) 培训类型？认知类培训：价值观、企业文化；建构类培训：领导者的培训；行为类培训：执行者的培训
 - c) 针对经销商高层：取得支持—说话管用；传播文化—深层认同；获得重视—支持培训、流程、话术、技能等
 - d) 中基层：基础培训；专业技能及专业知识培训；职业素养、企业文化培训
 - e) 如何让培训更有质量：高层负责制、重效果、重系统

第四部分：渠道管理人员的商务素养提升

1. 如何处理经销商之间、不同层级经销商的业务关系
2. 三层管理：物质管理、制度管理、文化管理
3. 通路能力打造
4.