

# 渠道经销商业务规划与回顾

## 【课程背景】

厂商关系到底是简单的交易关系还是可持续合作发展的伙伴关系？除了对经销商做客情这样常规的营销手段之外，我们如何通过科学合理的体系来与经销商共同建立长期合作战略，这就需要我们与渠道经销商建立长期和短期的《渠道经销商业务规划与回顾体系》。

渠道经销商业务规划与回顾指的是厂家和经销商结合外部市场环境和内部厂家与经销商的资源共同制定出来的营销目标与市场活动执行计划，双方达成一致，并进行周期性的回顾，一方面厂家销售人员通过专业的方法来帮助经销商进行生意计划，给到业绩增长的思路，另一方通过对经销商周期性业务回顾起到评估和管理的作用。

张强老师曾在国内知名服装品牌任职销售总监，以及多年跨国企业的渠道营销经历：米其林任职区域销售经理，马来西亚国家石油任职全国渠道发展经理，德国福斯品牌任职南区销售经理，有着非常丰富和实战的经销管理规划和管理经验。

## 【课程对象】

营销管理人员、业务骨干等，适用于通过渠道经销商模式销售产品的厂家业务人员

## 【课程价值】

- 1，深刻理解厂商之间的合作关系，以及厂家销售人员的职能
- 2，能掌握经销商评估和筛选的框架，能通过科学的评估体系来选择经销商
- 3，具备帮助经销商进行业务规划的能力，并且建立结构化的业务回顾机制
- 4，通过专业化指导经销商业务体系，提升厂家销售人员的价值

## 【培训方式】

课堂讲授、案例分析、小组研讨等启发式、互动教学

## 【课程大纲】

## 一、正确认知厂商关系

1. 你认为厂家和经销商是怎样的关系
2. 厂家为什么需要经销商
3. 经销商对厂家的需求有哪些
4. 厂家认知经销商的本质和原则
5. 厂家销售人员日常管理经销商的工作？

## 二、业务发展计划的形式与制定过程

1. 什么是渠道经销商业务发展规划
2. 为什么要做业务发展规划
3. 什么时候做业务发展规划
4. 业务规划制定过程
5. 业务发展规划的核心要素有哪些？

## 三、区域市场容量与机会

1. 经销商发展愿景
2. 3年增长目标
  - (1) 3年业绩增长目标
  - (2) 3年团队发展目标

## 四、经销商年度发展计划

1. 经销商业绩增长公式
2. 多角度分解年度业绩目标
  - (1) 产品线分解

(2) 区域分解

(3) 渠道分解

(4) 人员分解

3. 年度市场行为制定

(1) 团队结构与激励方案

(2) 价值链分析与价格制定

(3) 销售拜访行为管理

(4) 促销活动计划

(5) 市场推广计划

(6) 销售培训计划

## 五、经销商业务回顾

1. 为什么要进行生意回顾？

2. 生意回顾的时间和形式？

3. 生意差距比较

(1) 结果 VS 计划

(2) 自己 VS 竞品

4. 经销商业务回顾之结果分析

5. 经销商业务回顾之过程分析

6. 阶段性业务调整计划