

《高效渠道开发与管理》

主讲：吴兴波

课程背景

面对“硝烟弥漫”的渠道市场，您是否有一整套完善的开发策略？

市场渠道下沉，要求精细化规范化，渠道商该怎么开发？

在谁掌握了精细化渠道，谁就掌握了未来的现代营销时代，渠道关系该怎么管控？

每月销量上不去，渠道商信心起不来；销量上来了又不听话，该怎么办？

大多销售经理无法与客户平等沟通，压销售任务方法笨拙，怎么办？

问题不能快速有效解决，客户怨声四起，渠道该怎么维护？

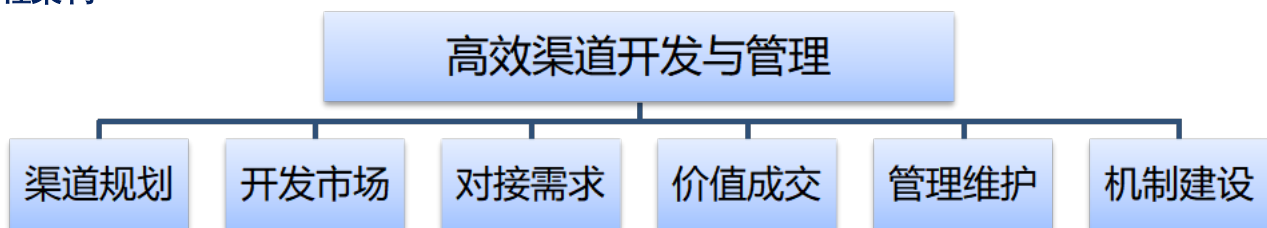
《高效渠道开发与管理》为您提供新形势下渠道开发营销策略与方法

课程对象 区域销售精英/销售主管/销售经理/市场部人员

课程形式 实战讲授/互动问答/案例分析/现场讨论/模拟训练

课程时间 2天（每天6个课时）（时间分配：实战讲授60%，实战训练20%，调整纠偏20%）

课程架构



课程纲要

第一部分：渠道建设重在规划

一、认识渠道，分析渠道模式

1. 销售渠道，重在规划，狭路相逢谋者胜
2. 渠道的作用不仅仅是产品销售，中国现阶段销售的四种通路模型
3. 理解渠道开发的完整意义，终端、经销商、厂家经营模式分析
4. 渠道布局的四大原则，注重行业间的整合力量，撬动市场渠道

小组讨论：终端、经销商、厂家的心理需求分别是什么？

二、渠道规划，找到“适合”的渠道体系

1. 企业需要什么样的渠道？
2. 为什么总缺想要的客户？缺乏管理与服务，不能有效管理渠道商
3. 渠道开发管理的误区，占山头与找大户
4. 如何建立“适合”的渠道体系

案例分析：张三的新市场开发“坏”在了哪里？

第二部分：渠道开发建立根据地市场

一、找对市场建立销售根据地

1. 找对市场，打造样板市场，集中优势兵力打歼灭战
2. 建立根据地之后，从根据地开始扩张
3. 销售渠道以市场为导向，找到适合的开发模式
4. 抓好两支队伍：渠道队伍和销售队伍

视频学习：样板市场的建立与作用

二、找对区域市场拿业绩说话

1. 你有目标吗：市场在你手里想弄成什么样子
2. 你有策略吗：如何实现你的目标
3. 找对人，是关键，寻找潜在新客户的方法
4. 优质客户选择的六大标准，8020法则在市场开发中的应用

小组讨论：如何将不可控的业绩指标变成可控的目标计划

第三部分：找对人说对话了解客户需求

一、找对人—决胜营销的前提

1. 找对人的三项要求
2. 找对人的五项表现
3. 掌握客户概况及需求期望

小组讨论：我们想要什么样的渠道商？关键指标是什么？

二、有效沟通说对话的策略和方法

1. 销售沟通9大障碍及4大要素，销售沟通的听说看问4种状态的应用
2. 学会听，听关键，快速化解沟通障碍确保沟通顺畅
3. 销售聆听的3个层面6个技巧，说对话的目标与4个原则5个基本法则

模拟演练：如何体现用心倾听拉近客情关系？

第四部分：塑造价值快速成交谈判技巧

一、介绍产品塑造价值

1. 接受、认同和赞美，如何以客户为中心做好产品优势分析
2. 根据客户需求塑造产品价值的3+2+1模式介绍法
3. 产品特点、优点、好处、证据对成单的影响
4. 一针见血的产品卖点提炼，介绍产品塑造价值的FABE法

话术提取：用一句话说出客户需要的方案(产品)价值

二、快速成交的谈判技巧

1. 试水温，看顾客心理，预留让步空间，了解并改变对方底线与期望
2. 察看顾客表情捕捉提出成交请求的最佳时机
3. 主导谈判把握谈判的两大心理：底线与期望值
4. 掌握成交前、中、后的谈判策略，报价的顺序及原则，双赢报价的区间范围
5. 价格谈判技巧，如何报价？如何让步？让步次数与幅度？

小组讨论：是否已到成交时机？

第五部分：渠道管理与维护

一、重点渠道通路的管理与激励

1. 渠道管理三步曲：A. 布局和选择 B. 引导和培养 C. 管理和控制
2. “名”与“利”一个都不能少，激励优质客户一把手的五个策略！
3. 区域市场有效管理六大系统：①选择 ②培育 ③激励 ④协调 ⑤评估 ⑥调整
4. 渠道跟定你的三个条件：①有钱赚 ②有东西学 ③有未来发展保障
5. 胡萝卜加大棒/强压/疏导

视频分析：用视频说话，视频分析如何管控经销商销售业绩？

二、重点客户关系管理

1. 客户关系的三大核心：信任、安心、价值
2. 客户关系的本质，深度理解客户关系忠诚度，加强客户关系生命周期管理
3. 厂商同盟之道：没有永远的朋友，只有永远的合作
4. 客户抱怨、投诉的处理技巧

小组讨论：如何处理投诉，处理投诉的底线和原则是什么？

第六部分：设计合作机制实现渠道共赢

一、制定并设计渠道销售机制

1. 设计渠道销售策略：产品策略、价格策略、市场开发策略、网点布控策略

2. 设计渠道销售机制：价格、返利、回款、年终奖等机制的制定
3. 设计并制定渠道服务模式：A. 人员配备机制 B. 渠道商骨干培育 C. 服务人员

案例分析：公司现阶段的合作机制应该如何调整？

二、制定渠道管理机制

1. 制定渠道管理机制方向标

1. 怎样激发主人翁意识管出高绩效—用参与感价值化推动渠道向前发展
2. 渠道管理是一项系统工程，六只猴子的管理案例，透视管理的现象和本质
3. 建立管理机制，团队管理的风向标分析，你的渠道管理机制该怎么调整？

案例互动：能否 XXX 来分析管理机制的  风向标制定