

工业品渠道营销与开发管控(2天 12时)

【学习对象】

本课程适用于企业总经理、营销总监、销售经理、销售主管、销售人员及销售工程师、商务内勤，也适用于企业其它致力于提升渠道开发与管理能力的员工。

【学员收获】

通过两天围绕渠道营销的分享，系统提升学员渠道开发与管理以下系列能力：

- 1、结合企业优劣势、行业竞争现状和区域的特点，如何规划高效渠道模式，快速提升区域市场销售业绩；
- 2、现有渠道评估、问题分析与改进策略方法；
- 3、如何寻找并选择有潜力匹配度高的潜在合作经销商；
- 4、如何开发有潜力的经销商---经销商开发的六大步骤（六脉神剑）；
- 5、如何在不同阶段做好日常经销商的拜访与维护；
- 6、如何协助做好日常销售管理、业务培训；
- 7、如何配合经销商进行大客户开发；
- 8、如何用好经销商政策激励并管控好经销商达成目标；
- 9、如何管控经销风险；

【课程特色】

>>课程可定制：本课程是 B2B 渠道开发极具实战性和可转化的系列课程之一，其课程设计遵循实战定制课程七步流程：**需求调研---问题分析---方案确认---提供案例---培训实施---提供工具---落地辅导**。可以用企业自己的问题案例现场解决企业的问题。

>>训练有特色：培训过程中每个模块遵循汪奎老师独创的四步流程：**道(为什么) ~ 术(怎么做) ~ 案例 ~ 工具(落地)**，通过案例思考、小组研讨、情景互动、案例总结引申等方式，让学员打开心门与老师一起思考、一起互动，帮助学员建立正确的思维体系，真正掌握并能够转化应用工具和方法。

>>讲师更实战：讲师本身就是从销售一线成长起来的企业家，有 6 年一线大客户销售实战经验和 15 年营销管理经验，8 年工业品营销培训与咨询经历。

>>工具可落地：本课程近几年已经被超过 100 多家企业培训后落地推进，全面提升了销售团队渠道开发和管理水平，**课程结束后提供一个月免费电话辅导**。

【标准课时】

2 天 12 小时（6 小时/天）。

【授课方式】

采取“培”与“训”相结合的形式，“**实战演练+现场辅导+工具落地+行动计划**”四位一体的微咨询式培训方式。

【课程大纲后附有老师的简介】

【课程大纲】

一、工业品渠道规划

- 工业品营销的五大特征
 - B2B 三种典型的销售方式
 - 故事：囚徒的困惑
 - 企业与经销商的关系分析
 - 1、企业的利益预期
 - 2、经销商的利益预期
 - 3、厂家与经销商三个层面的利益
 - 3、如何处理依存和冲突关系
 - 如何做到企业与经销商双赢
 - 工业品渠道布局常用的模式
 - 渠道的布局与 4P/3C 分析
 - 渠道的层级设计原则与优劣势
 - 渠道的宽度布局的原则与优劣势
 - 决定渠道模式的 6 个因素
 - 工具：渠道规划的工具
 - 案例：卡特彼勒和小松渠道规划分析
 - 渠道布局的五种方法
 - 厂家与经销商分工的 5 种方式
 - 渠道所扮演的 7 大功能
 - 案例：如何避免直销与渠道的市场冲突
 - 工业品渠道的广度
 - 工业品渠道的长度与宽度
 - 案例：ABB 渠道布局的 6 种模式
 - 案例：如何增强渠道的吸引力
 - 渠道评价的三个原则
 - 渠道规划的 SWOT 分析
- ### 二、经销商的选择与评估
- 选择经销商的四个基本思路
 - 经销商实力匹配的四个条件
 - 选择经销商的六个标准
 - 工具：经销商的评估工具
 - 案例：两家经销商我该选择谁
 - 经销商考察的数据收集与分析
 - ✓ 考察基本实力
 - ✓ 考察市场能力
 - ✓ 考察销售能力
 - ✓ 考察技术实力
 - ✓ 考察资金实力

✓ 考察公众口碑

✓ 考察管理能力

✓ 考察合作意愿

- 经销商成长三个不同阶段的需求
- 案例：低压电器行业经销商如何甄选？
- 厂商关系稳固的铁三角（文化、情感、利益）

三、经销商开发的六脉神剑

- 经销商开发的六脉神剑
 - 1、锁定目标（任务清单、策略、方法）
 - 锁定目标的五大要素
 - 如何寻找目标
 - 锁定目标五部曲
 - 案例：如何激发意向合作者的信心？
 - 目标锁定的注意事项
 - 案例：德资指纹锁企业渠道选择分析？
 - 2、登门拜访（任务清单、策略、方法）
 - 登门拜访的六大步骤
 - 登门拜访沟通的四个关键
 - 建立信任的六大策略与方法
 - 经销商的四大疑问分析
 - 反照说服经销商的五面镜子
 - 初次拜访潜在合作方三讲三不讲
 - 话术：与潜在合作方初次沟通的话术？
 - 3、描绘蓝图（任务清单、策略、方法）
 - 合作的钱途
 - 从五方面描述与我方合作的优势
 - 公司实力/产品的优势/服务体系/支持力度/合作机会
 - 合作的见证
 - 其他经销商对公司的评价
 - 4、市场规划（任务清单、策略、方法）
 - 目标客户的选择
 - 产品的切入点
 - 产品推广的具体步骤
 - 产品的促销政策
 - 人员的配置
 - 费用的预算与分摊
 - 经销商的盈利目标
 - 5、双赢谈判（任务清单、策略、方法）
 - 谈判准备

- 如何确定我方的谈判目标
- 分析对方的需求的层级
- 评估我方的筹码与弱势
- 制定有效谈判策略

工具：谈判策划工具

- 如何建立开局优势和开场氛围
- 探寻对方底线与真实的需求
- 让步的技巧与策略

案例：面对强势经销商该怎么谈？

- 如何制定价格让步表
- 谈判让步的注意事项
- 价格谈判铁三角
- 破解谈判僵局的 7 大策略

案例：如何在价格与付款方式上说服经销商

6、签署合同（任务清单、策略、方法）

- 产品的价格体系
- 产品经销的区域和范围
- 公司规定的付款方式
- 公司的市场管理制定和奖惩政策
- 对核定的年度销售目标
- 其他条款

四、经销商的日常拜访

➤ 拜访经销商的八大任务？

- 1、异议沟通
- 2、技术产品培训
- 3、日常管理协助
- 4、业务对账催款
- 5、协同拜访终端客户
- 6、市场信息收集与区域分析诊断
- 7、项目分析与协助跟踪
- 8、终端客户售前售后服务

工具：经销商合作过程评价分析

➤ 合作的围墙准则

合作跟单案例：我的卖点是客户的需求吗？

五、如何设计经销商的经销政策

- 制定经销政策所涉及的 4 个维度
- 三种经销合作的价格体系

实践：设计你所在区域的经销价格体系

讨论：如何区分大小客户，如何平衡不同地区的价格差异

➤ 三种返利政策的优劣势

案例：销量返利的经销政策分析

➤ 如何制定信用政策

案例：西门子真空泵星级代理管理体系

六、如何掌控经销商

- 经销商合作的风险分析
- 八大经销风险的原因
- 经销风险的防范措施
- 掌控经销商的五个方法
- 思想理念掌控
- 服务掌控
- 冲突掌控
- 最终用户掌控
- 利益掌控

案例：面对经销商的不合理要求如何应对

➤ 控制经销商串货的技巧和方法

➤ 冲货砸价治理的 6 个方法

➤ 经销商关系维护策略

- 1、经销商关系维护的六大原则
- 2、经销商关系维护的五大策略
- 3、经销商关系维护的三个秘诀

案例：与经销商联手运作项目

4、提升经销忠诚度的 10 个方法

案例：利用差异化的人情感动经销商？

➤ 经销商关系维护与合作的五个阶段

--孕育阶段的特点与合作推进策略与方法--

初级阶段的特点与合作推进策略与方法

--中级阶段的特点与合作推进策略与方法

--高级阶段的特点与合作推进策略与方法

--战略阶段的特点与合作维系策略与方法

案例：经销商合作阶段识别与分析

六、如何更换经销商

- 更换经销商的八个理由
- 八大经销风险的原因
- 更换经销商的风险评估
- 更换经销商的五个准备
- 更换经销商后续的问题处理

案例：这个经销商如何更换才能将损失降低到最小

专注成就专业 实效提升价值