
突破传统的经营瓶颈，利用最新的销售模式

业绩倍增→经销商订货会

背景：

每一年的某一时段，很多厂家（或者一级代理商）总是喜欢把下级的经销商们召集起来，管吃管住管机票，总以为这样经销商就会感恩流涕，拼命订货。殊不知，经销商把这次活动当成公费旅游的有之；当成诉苦大会的有之；当成一起讨论其他品牌的好处的有之……

那经销商大会要不要搞？当然要搞，还要轰轰烈烈的搞！关键是怎么搞！很多厂家搞错了方向，以表彰作为激励经销商的手段。没错，这是个很好的手段，但只是其中的一环！可是目标不清晰、目的不明确！

唯一目的：就是把经销商的肚子搞大！

以三个占有为结果导向：让我们的产品库存占有他的仓库空间、占有他全部的资金、占有他全部的经营精力与时间！

只有这样，他才会死心塌地的玩命似的销售我们的产品；只有这样，他才没有多余的资金去三心二意的经营其他品牌；只有这样，他才会愿意学习与成长，完成从老板到企业家的蜕变；只有这样，竞争对手才无法来挖你的墙角；只有这样，才是厂家与商家完美的联姻，成就共赢。

解决方案：

那么，经销商小心谨慎的少量订货的原因在哪里？我们怎么去解决呢！

对厂家品牌实力以及推广政策还持有怀疑态度！

厂家有了良好的品牌推广策略，因区域经理的能力问题，对商家的沟通与传达尚欠缺火候！

→解决方案：由厂家的高层现场宣誓承诺并宣讲未来的厂家支持策略！

对未来一个时间段的市场经营缺乏信心！

→解决方案：由受表彰的经销商来分享成功案例和一流的培训师来激励商家！

小富即安不思进取的思想总是想守市场而恐惧于开拓市场！

经销商缺乏与厂家共赢的价值观！眼光从市场上转移，总想超低价进货，总想在厂家身上赚钱！

经销商缺乏先进的经营思路，小本经营容易，做大困难，难成气候！

→解决方案：由一流的实战专家来引导商家正确的经营价值观，指导经营思路和营销手段！

经销品牌贪多导致在我们的产品上投入不够！

→解决方案：一流的导师现场挖掘多品牌经销的痛苦。

大量订货的现场刺激不够！

→解决方案：专业的策划团队协助区域经理分析商家预估订货量；

协助厂家制定现场订货的优惠与送赠策略；

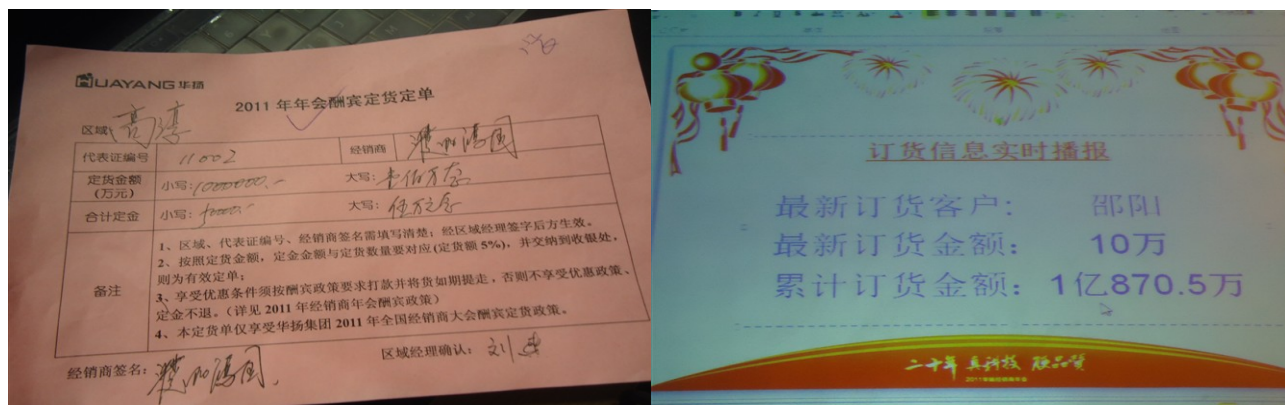
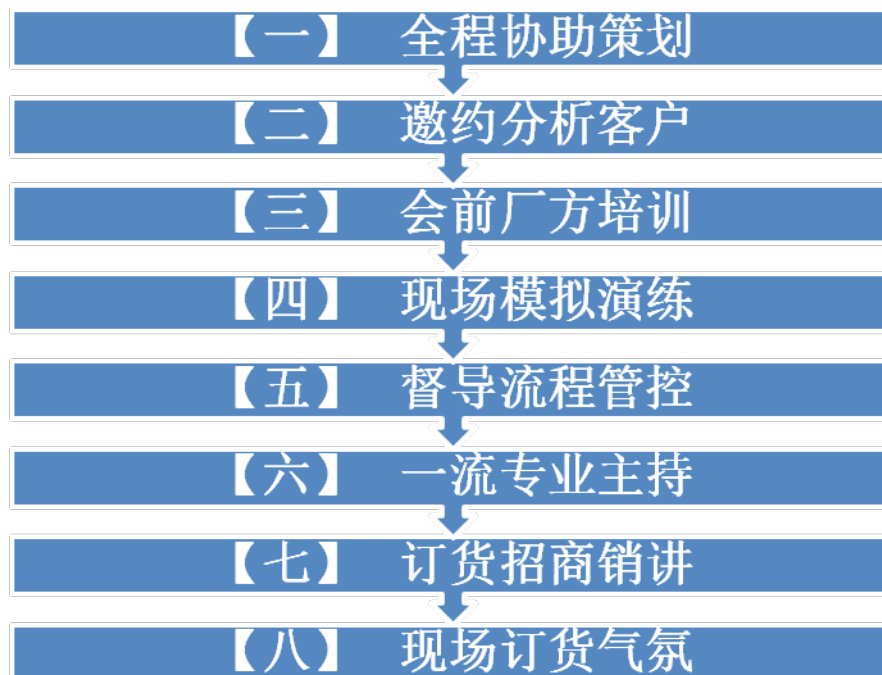
一流主持营造现场订货气氛，压货！

……OK！还有问题吗？

量身定制→经销商订货会

五年来，我们专业的团队包含经销商实战培训师，专业策划师、超级主持人、DJ音控师、现场督导师帮助过超过两百家企业涵盖了绝大多数行业用经销商大会的模式销量暴涨业绩倍增，从小做大、由大做强。并持续的帮助了其中的部分企业后续的经销商帮辅计划、提升经销商品质、深度开发市场。并从中积累了大量的订货会经验与实际操作技巧，每一个流程、细节、关键点全

部精心设计，环环相扣，打造出最火爆的订货会。



附：部分订货会客户

- 沈阳优格乳、大连绿珠集团（蓝莓汁）、长春奈奇实业（饮料）、江津米花糖、习酒集团、荣怡食品（小食）、新希望乳业、喜相逢（糖类）、川蒲食品、乡王食品（调料）、青岛啤酒；
- 玉柴机器、长安汽车集团、长安跨越集团、波鸿实业（大众汽车系列四川部分区域），玫瑰之约电动车、江苏华富集团（电池）、大唐电信、深圳华圣达拉链、深圳奋达音响、煌盛管业
- 荣乐化妆品（梵洁诗柏姿丹等产品）、法国奥洛菲、四川利研化妆品
- 四川化工集团（肥料）、蓝风集团（洗衣粉洗洁精）、兴旺药业、圣诺生物制药
- 雷驰男装、迪文迪路男装、塞勒菲尔男装、老鞋匠、卡莱莉尔鞋业、黄角兰内衣、蜀锦织绣
- 泛家居类：双虎家私、南方家私、三叶家私、欧意丽都、掌上明珠、安信地板、升达地林业、中国灶具第一品牌华帝燃具、太阳能第一品牌皇明太阳能、睿美水族、水星家纺；