

# 高效渠道开发与管理

渠道规划

开发市场

对接需求

价值成交

管理维护

机制建设

用结果说话,以实效为准,为目标负责,因为专业所以值得信赖

## 《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

### 课程目标及效果

掌握渠道市场的精准开发，掌握渠道开发前的准备  
掌握选择渠道商的六大标准，掌握判断渠道商优劣的九个方面  
掌握有效沟通的策略和方法，掌握从渠道商回答中整理需求的技巧  
掌握介绍产品塑造价值的策略，掌握如何以渠道商为中心做好产品优势分析  
掌握谈判成交的方法，掌握经销商管理的策略和方法

### 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3项要求6个关键点
2. 找对人的5项表现
3. 掌握客户概况及需求期望，及应对策略

### 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 and 选择 B. 引导 and 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