

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

《经销商的开发与管理》

主讲：吴兴波

课程背景

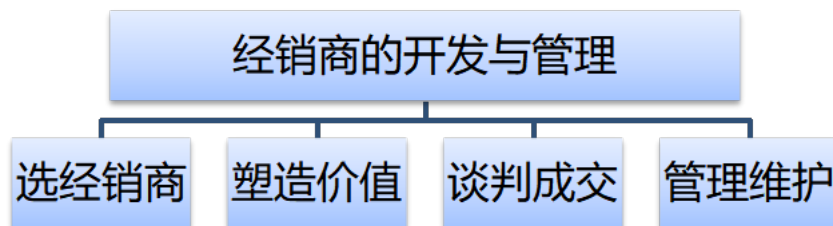
面对“硝烟弥漫”的区域市场，您是否有一整套完善的开发策略？
市场渠道下沉，要求精细化规范化，经销商该怎么开发？
在谁掌握了精细化渠道，谁就掌握了未来的现代营销时代，经销商关系该怎么管控？
问题不能快速有效解决，客户怨声四起，经销商该怎么维护？
《经销商的开发与管理》为你提供新形势下市场开发营销策略与方法

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 1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

掌握经销商精准开发的策略，寻找选择目标经销商
掌握介绍产品塑造价值的策略，掌握听说看问从客户回答中分析整理真实需求的技巧
掌握如何以客户为中心做好产品优势分析，提炼一针见血的产品卖点
掌握试水温预留让步空间，掌握成交前、中、后的谈判策略
掌握经销商管理的三步曲与六大系统，掌握重点经销商的管理与激励

课程纲要

第一部分：目标经销商的精准开发

一、为什么总缺想要的经销商？

1. 缺乏标准，没有“标准”下的考核机制，选择经销商太浮躁
2. 缺乏管理与服务，不能有效管理经销商服务经销商
3. 经销商开发管理的误区，占山头与找大户
4. 企业需要什么样的经销商？

小组讨论：我们想要什么样的经销商？关键指标是什么？

二、目标经销商选择的标准

1. 经销商经营现状分析：A. 大哥大 B. 中产阶级 C. 潜力股 D. 散兵游勇
2. 目前经销商的生存状态分析：A. 生意状态 B. 心理状态 C. 理想状态

3. 选择经销商的六大标准
4. 判断经销商优劣的九个方面

案例讨论：如何将不可控的业绩指标变成可控的目标计划

第二部分：销售沟通塑造经销商心理价值

一、销售沟通的策略和方法

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

销售工具：客户问题一览表的提取与答案呈现

二、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. 产品特点、优点、好处、证据对成单的影响
3. 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

第三部分：多方共赢的谈判成交技巧

一、多方共赢的谈判开局技巧

1. 摸底后谈判开局
2. 了解并改变对方底线与期望
3. 试水温，看顾客心理，预留让步空间

二、如何创造多赢谈判

1. 如何主导谈判，把握谈判两大心理：底线与期望值
2. 如何造势，谈判=谈+判，重要的不是谈而是判
3. 察看顾客表情捕捉提出成交请求的最佳时机

案例分析：是否已到成交时机？

三、快速成交谈判技巧

1. 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
2. 价格谈判技巧，如何报价？如何让步？让步次数与幅度？
3. 议价：谁先让价谁先死，要求对报价或立场作出反应

案例讨论：不同客户的成交策略

第四部分：重点经销商的管理与维护

一、重点经销商的管理与激励

1. 经销商管理三步曲：A. 布局 and 选择 B. 引导和培养 C. 管理和控制
2. “名”与“利”一个都不能少，激励优质经销商一把手的五个策略！
3. 经销商跟定你的三个条件：①有钱赚 ②有东西学 ③有未来发展保障
4. 胡萝卜加大棒/强压/疏导

案例分析：用视频说话，视频分析如何管控经销商销售业绩？

二、经销商关系的管理维护

1. 与经销商是一种什么样的客户关系？
2. 案例探讨：你的客户关系怎样？存在哪些问题？为什么？
3. 经销商客户抱怨、投诉的处理技巧

案例探讨：如何处理投诉，处理投诉的底线和原则是什么？