

## 《经销商的发展与业绩提升》课程教学大纲

**课程名称：**《经销商的发展与业绩提升》

**课程性质：**内训

**教学时长：**半天

**课程收益：**经销商做大做强主要的方法就是进行新市场的开发和利基市场的维护，新市场的开发困难重重，多种因素重叠，艰难而复杂，需要专家根据行业及企业产品的特点设置专业的课程，来解决市场开发的问题。根据市场的状况和公司资源制定不同的市场策略、掌握样板市场和样板客户打造的方法，以及经销商业绩提升的方法。

**教学要求：**采用课堂讲授与课堂讨论相结合的方式，课堂讲授要求理论联系实际，运用大量实践案例和教学实例，深入浅出、旁征博引，现场互动以消化老师的课程内容。

**教学纲要：**

### **第一章：做好自己的市场的布局**

1. 竞争市场分析
2. 客户分需求分析
3. 市场分析的方法及工具
4. 销量预测管理
5. 做好计划和资源调配

### **第二章：客户沟通与公关技巧**

1. 客户沟通的要素
2. 客户沟通的身体语言忌讳
3. 有效客户沟通的基本原则
4. 倾听的五个层次
5. “说”的技巧
6. “问”的技巧
7. 沟通冲突处理
8. 初级沟通在嘴上、中级沟通在心上、高级沟通在魂上
9. 沟通的三场“磁场、气场、转场”

### **第三章：客户销售技巧**

#### **一、客户的需求挖掘**

1. 客户重复购买的思维框架
2. 如何锁定关键人
3. 如何抓住客户的痛点
4. 保持粘性的方法
5. 促销的方法

#### **二、如何破解客户的抗拒感**

1. 用一点压力促使客户果断下单
2. 欲擒故纵，表露不情愿心理
3. 小恩小惠好做大买卖

4. 同理心使客户与你走的更近

5. 迎合客户的上流阶层意识

#### **第四章：大客户的成交**

1. 样板市场解决的问题
2. 样板客户的标准
3. 如何塑造企业的价值感
4. 如何建立个人信任感
5. 如何寻找契合点
6. 如何营造成交氛围？
7. 搞定大客户的四项基本原则
8. 成交的七大信号
9. 成交的 N 种方法
10. 客户手中的方向盘
11. 卖产品不如卖方案