

《经销商客户开发与门店经营》课程教学大纲

课程名称：《经销商客户开发与门店经营》

课程性质：公开课

教学时数：学时 1-2 天

课程简介：德鲁克说：“企业的核心工作就是为客户创造价值”，可见客户是企业的重要资源。传统时代是“买的没有卖的精”，互联网时代是“卖的没有买的精”。目前市场普遍是产能过剩，产品同质化，导致优质客户资源稀缺。根据 20/80 法则,我们知道大客户是重中之重，那么我们如何开发与维护?在商务谈判中要注意哪些问题？过程如何控制？如何取得最佳效果？

课程收获：

1、理论知识方面

- 1、 B2B 的顾问式营销
- 2、 客户开发十大思维
- 2、 SPIN 模式的运用
- 4、 高端产品销售的 FBAE 法则
- 5、 谈判心理学谈判
- 6、 中常用的工具 ①多因素评分法
② 谈判的解题模型 ③关键路径法

2、能力技巧方面

- 1、 深入挖掘客户的潜在需求
- 2、 增加客户重复购买率和转介绍
- 2、 如何唱白脸红脸
- 4、 报价的五个前提
- 5、 谈判中的压价方法
- 6、 签约成交的 4321 法
- 7、 解除客户抗拒的十种方式
- 8、 客户成交的 22 种方法

。 。 。 。 。

3、确保效果的培训方式

① 课程时间分配：

理论讲解 40% 实战练习 20% 课堂互动 20%

重点案例 10% 工具使用 10%

② 理论讲解结合学员的互动参与。采用“行动学习法”，针对工作中存在的问题，采取：理论讲解、提出问题—头脑风暴-分组 PK-老师专业点评-理论归纳-转变为学员的实操工具或流程。

③ 整个培训包括案例分析、现场解答，让学员在紧张、热烈、投入的状态中，体验什么是以客户为导向的客户开发，如何步步为赢的进入顾客内心，最后取得商

务谈判的结果。讲授的观点简单实用，容易掌握记忆，学员可以系统地学习相关的理念、原则和方法，可以学完就用，而且用之有效。

喻国庆 老师有多年的营销职业生涯，多家知名企业的营销高管，有丰富的带团队的实操经历、其中有十年的营销咨询师的积累，专注营销领域，其课程实战落地、理论系统。往往是投资培训的费用，达到营销咨询的效果。

教学纲要：

第一部分 客户的信息

1. 客户信息如何来？
2. 市场调研数据的使用
3. 行业与区域市场形状
4. 考察市场的五勤系
5. 我为什么找不到客户
6. 寻找客户的方法有哪些？
7. 客户分析的四个重点
8. 客户开发的十大误区
9. 如何让客户主动找我们
10. 案例：这张客户信息表的问题在哪里？
11. 工具：开户开发的十大思维
12. 工具：头头是道的运用

第二部分：商务谈判的过程控制

一、谈判的开始阶段

1. 专业形象取得谈判优势
2. 谈判开始注意的问题
3. 如何判别谈判气氛

4. 怎样提出建议
5. 怎样回复对方的提议
6. 如何建立个人信任感
7. 如何寻找契合点
8. 样板客户的展示

二、谈判的展开阶段

1. 谈判遇到的障碍及对策
2. 如何破解对方的战术
3. 如何谈价

① 定价与报价 ② 报价可以狮子大开口吗？③ 报价的五个前提

④ 询价方式与忌讳 ⑤ 询价后的反应及应对措施 ⑥ 谈判中的压价方法

⑦ 让价的注意事项

4. 如何强化自身优势
5. 面对的难题及其解决方法
6. 如何强化自身的优势
7. 解除客户抗拒的十种方式
8. 卖产品不如卖方案
9. 如何弱化对方的优势
10. 握适当的让步策略

第三部分：门店经营管理的技能

一、激励、辅导与培训的技能

1. 表扬和批评的技术
2. 期望、成就和人际激励
3. 工作设计与激励
4. 实用的激励技巧
5. 团队成员日常辅导
6. 培训发展团队成员的技能
7. 案例：向上沟通、向下沟通
8. 八招提升员工满意度

9. 营销团队的整体效能如何提高
10. 为什么员工不思进取?
11. 案例：在“支、帮、促”中成长
12. 业绩的管控方法

- ✓ 结果管控
- ✓ 信息管控
- ✓ 制度管控
- ✓ 组织管控
- ✓ 过程管控

二、门店运营务实

财：资金管理/商品管理/安全管理

觅：渠道开发/会员管理/团购营销

优：销售技巧/客户服务/店面运营

颜：形象规划/商品陈列/卖场调整

将：人员招聘/会议培训/团队建设

促：品牌宣传/促销活动/网络营销

查：销售计划/工作安排/落实检查

第四部分：团队管理

1. 什么是团队精神
2. 团队精神的主要表现
3. 团队成员的性格方面
4. 团队领导的管理风格
5. 高效团队八种基本角色
6. 培养团队精神的四大关键
7. 提升员工认同感的策略
8. 员工忠诚度的基本策略
9. 有效提高团队凝聚力的策略
10. 团队归属感的八项举措
11. 职业生涯规划，