



## 渠道培育——经销商日常维护与管理

### 课程背景

- 营销政策难以执行，每月销量上不去，经销商信心起不来，叫我如何是好？
- 大多渠道销售人员无法与经销商平等沟通，用笨拙方法压销售任务，经销商怨声四起怎么办？
- 如何让各区域经销商紧跟品牌的发展，转变观念，听话合作，快速反应与有效执行？
- 经销商没有忠诚度，朝秦暮楚，怎么办？
- 经销商的热情不高，没有销售激情，怎么办？

### 课程目标

- 明确渠道销售人员日常维护与管理工作的内容
- 强化日常经销商维护的意识
- 培养经销商的忠诚度，实现对客户的引导管理
- 协作经销商做好提升业绩的工作，让经销商做大做强

### 课程对象

渠道销售人员、渠道销售管理人员等

### 课程时间

1-2 天

### 课程方式

授课 40%（互动引导）+小组练习 20%+现场模拟演练 40%

### 课程大纲

#### 第一部分 渠道的概述

#### 第二部分 渠道销售人员的角色定位

- 企业的员工
- 企业政策的传播者
- 市场信息的反馈者
- 客情关系的维护者

思考：如何建立良好的客情关系？

- 市场管理者与服务者

#### 第三部分 经销商日常维护的重要性

- 经销商日常维护的定义及重要性
  - 经销商忠诚度的概念
- 经销商日常维护的原则



## ■ 增加经销商忠诚度的具体方法

### 第四部分 经销商日常拜访前的准备工作

- 经销商档案建立

思考：经销商档案包含哪些内容？

- 经销商分级

思考：经销商数量多，时间精力应该如何分配？

经销商分级方法

单一指标分级

多指标分级

- 拜访前信息的收集及整理

思考：我们拜访经销商前应该收集哪些信息？（行业、竞争对手、公司、经销商等）

思考：拜访前销售人员应该收集哪些销售数据？

- 拜访目标的准备

结果目标

过程目标

- 规划拜访对象和拜访路线

- 预约经销商关键人

- 销售工具的准备

- 专业商务形象的准备

### 第五部分 经销商日常拜访的八大主要工作及技巧

- 激励士气

思考：经销商的销售热情不高，没有销售本公司激情，怎么办？

思考：日常拜访中我们有哪些可以激励经销商（销售团队）合作士气的方法？

练习：如何激励经销商主推我们产品？

练习：如何激励经销商配合市场投入工作？

- 业务指导

业务能力

管理能力

思考：经销商企业发展不同阶段业务指导的重点？

思考：如何做好经销商销售团队的产品培训？

思考：产品培训的课件应该包含哪些内容？

思考：如何检验培训的效果？（公司和培训对象）

思考：经销商公司管理能力低，没有渐进提升机制，怎么办？

- 市场维护

思考：如何缩小经销区域？

思考：如何中止与经销商合作？



思考：经销商在申请价格优惠（特价）时要注意什么？

- 技术服务
- 信息收集

市场信息

经销商信息

思考：经销商需要回顾的销售目标？

思考：经销商销售目标没有达成，如何帮助经销商分析与解决？

- 客情维护

思考：日常拜访中有哪些客情维护的手段？

思考：你觉得客户投诉对企业有什么意义？

思考：经销商投诉的原因？

正确处理客户投诉的原则

有效处理投诉的步骤和方法

思考：如果经销商提出的要求无法解决,怎么办

客户投诉处理的实战练习（设计相关案例安排学员现场演练）

预防系统，主动收集客户声音，加强客户对话

加强事后改善跟进，推动问题得到最终解决

- 协同拜访

思考：协同经销商销售人员去拜访意向用户，需要注意什么？

思考：如何做好成交用户的售后回访？

- 订单获取——拜访的终极目标

思考：渠道业务人员为什么要向经销商压货？

压货的三种手段

压货的注意事项

（全文完）