

# 《景区高效渠道开发与管理》

主讲：徐良柱

## 前言：

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？  
《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

## 课程类别

渠道开发、营销技巧、销售技巧、沟通谈判、渠道管理

## 课程对象

全体渠道销售精英/销售主管/销售经理

## 课程形式

专题讲授/互动问答/案例探讨/视频分析/现场讨论/个性辅导

## 课程时间

1天（不少于6标准课时）

## 课程纲要

### 第一部分：景区渠道建设重在规划

- 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. 中国现阶段销售的四种通路模型
    3. 渠道的作用不仅仅是产品销售
    4. 理解渠道开发的完整意义
    5. 渠道布局的四大原则
    6. 注重行业间的整合力量，撬动市场渠道
- 讨论：景区渠道在于规划，渠道如何建立

### 二、渠道规划，找到“适合”的渠道体系

1. 景区需要什么样的渠道？
2. 为什么总缺想要的客户？
3. 景区渠道开发管理的误区
4. 如何建立“适合”的景区渠道体系

### 第二部分：景区渠道开发建立根据地市场

## 一.找对景区市场建立销售根据地

1. 找对景区市场，打造样板市场
2. 集中优势兵力打歼灭战
3. 建立根据地之后，从根据地开始扩张
4. 抓好两支队伍：渠道队伍和销售队伍
5. 销售渠道以市场为导向，找到适合的开发模式

## 二.找对景区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
5. 8020 法则在市场开发中的应用
6. 寻找潜在新客户的方法

## 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. 找对人的三项要求
2. 找对人的五项表现
3. 掌握客户概况及需求期望

### 二、说对话—决胜营销的关键

1. 学会听，听关键
  - ◇ 学会听，快速化解沟通障碍
  - ◇ 如何体现用心倾听，拉近关系
2. 说对话，贵精要
  - ◇ 说对话要了解对方的需求及目的
  - ◇ 销售沟通上的黄金定律及三项本质

### 三、要会问，有技巧

1. 何时问开放式问题
2. 何时问封闭式问题
3. 与潜在客户沟通要问哪些问题？

## 第四部分：景区塑造价值快速成交谈判技巧

### 一、介绍景区产品塑造价值

1. 个性化介绍方案
2. 3+2+1 模式介绍法
3. 根据客户需求塑造产品价值
4. 价值是一种感觉，感觉是一种策略

### 二、快速成交的谈判技巧

1. 摸底后谈判开局
2. 试水温，预留让步空间
3. 提出成交请求的最佳时机
4. 绝对成交前、中、后的谈判策略
5. 价格谈判技巧，率先报价与避免率先报价

6. 议价：谁先让价谁先死，要求对报价或立场作出反应

7. 让对方感觉他赢了，让对方感觉他在掌控格局

#### **第五部分：设计合作机制实现渠道共赢**

##### 一、制定景区渠道管理机制

1. 制定渠道管理机制方向标

2. 要什么就做什么，六只猴子的管理案例

3. 中国式渠道管理的现象本质探讨，能否扳道岔的案例分析

##### 二、制定并设计景区渠道销售机制

1. 价格

2. 返利

3. 回款

4. 年终奖等

##### 三、制定并设计渠道销售策略

1. 产品策略

2. 价格策略

3. 市场开发策略

4. 网点布控策略

##### 四、制定并设计渠道服务模式

1. 人员配备机制

2. 经销商高管培育机制

3. 销售人员、服务人员及其它人员的培育方法