

# 《厂商携手，打造赢商新概念

## ——企业经销商核心竞争力提升》大纲

主讲：崔自三

后疫情时期，经济压力与市场机会并存，如何认清形势，突破思维，厂商协同，不离不弃，将是顺利发展、谋取共赢的有力保障。为配合企业经销商会议，特设置以下培训内容。旨在通过培训，开阔经销商眼界，顺应和引领发展趋势，提升市场运作能力，厂商携手，更好地提升市场份额，增强核心竞争力，从而立于不败之地。

### 【培训目的】

- 1、改变经销商的经营理念，从被动销售到主动经营
- 2、树立良好心态，积极应对市场竞争
- 3、看清未来发展趋势及洞察市场先机
- 4、让经销商认识到，只有厂商一心，才能做强做大市场

### 【课程特色】

- 1、该课程通过活泼、生动的讲解，结合崔自三老师在经销商战略发展与管理方面丰富的实战经验和理论水平，让学员在轻松愉快的气氛中学习和受益；
- 2、课程内容具有较强的前瞻性，学员可了解到未来发展趋势，从而确定自己的经营方向与对策，以达到提升销量，完成销售目标的目的；
- 3、帮助经销商进行精确定位，以便于与企业形成长期的共赢关系。

### 【授课对象】

代理商、经销商及相关人员

### 【授课时间】

1—3 标准课时

### 【课程内容】

引子：

- 1、从一组数据看经销商发展进程及其借鉴意义  
赢商之道在哪里？

## 第一部分：认清发展趋势，厂商携手共赢

### 一、新的形势下，厂商要战略结盟

- 1、厂商为何要进行战略结盟
- 2、扬长避短，资源互补
- 3、抱团取暖，共克时艰

案例：某品牌厂商一体化策略

### 二、认清趋势，厂商协同，共谋发展

- 1、未来五大发展趋势
- 2、树立良好的心态：信心、乐观、积极、执著……
- 3、看清趋势，拥抱美好未来

案例：某经销商疫情期间全方位营销大幅提升业绩

## 第二部分：经销商自我提升：十大理念变革及其突破

### 一、主动营销，从坐商到行商

王永庆的故事

### 二、学会引导需求、创造需求

案例：世界上最牛的销售员

### 三、从销售向营销转变

案例：老太太买李子

### 四、从硬实力向软实力发展

案例：红高粱为何兵败麦当劳？

### 五、积极参与竞争，做强做大

### 六、成为一个服务商

标准化服务：配送、巡访/海尔案例

### 七、敢于为别人所不为

忘记淡季与疲软的思想/敢于推广新产品

案例：李嘉诚谈富翁

### 八、从生意人向商人转变

案例：李嘉诚的成功之道 /遵守游戏规则

### 九、树立市场投入意识

案例：疯狂的史玉柱

不要等靠要、天救自救者

### 十、恪守商德，成为一个信誉商

案例：胡雪岩以信誉赢天下