

《新形势下如何做一名会赚钱的经销商》

讲师：崔自三

破冰游戏：分组：队长、队名、口号、队歌

培训结束，评出优胜组、先进个人，并进行奖励

后经济危机时代及疫情下，市场压力将进一步加大，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，提升经销商思维及内务管理能力，开阔经销商眼界，通过激励考核，打造狼性终端销售团队，提升市场运作及新品推广能力，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、提升规范化内务管理水平，积极应对市场竞争。
- 3、强化与完善终端销售团队考核与激励手段，锻造狼性销售团队。
- 4、从理念到动作，让经销商掌握狼性团队打造的手段与方法
- 5、大力推广新品，寻找新的业绩增长点与路径
- 6、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，实战、实效、实操，学员可快速掌握，并加以运用，为全面提升业绩奠定坚实基础与前提保障。
- 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】

经销商及企业营销人员

【授课时间】

1天（6•5标准课时）

【课程内容】

引子：

新版龟兔赛跑的故事

有何启发

从一组数据看经销商可持续发展之道

第一部分：新形势下的经销商业绩提升之道

第一章：业绩提升基础——经销商的内务管理强化与完善

一、经销商自身提升之管理平台搭建

- 1、组织架构设置
 - 1)、根据市场定架构
 - 2、部门职责描述
 - 1) 根据业务定部门
 - 3、岗位职责描述
 - 1)、能够能力定职责
- 案例：某经销商组织架构设计

二、经销商自身提升之规范管理制度

- 1、建立关键流程
 - 2、日常管理制度
 - 3、制度量化细化
- 案例：某经销商公司管理模式

三、经销商自身提升之门店竞争力系统构建

- 1、以竞争为导向的门店系统构建
模型：有竞争力的门店系统设计
 - 2、门店形象提升要做哪些工作？
硬件 VS 软件
- 案例：某经销商门店形象提升方案解读

第二章：业绩提升关键——以销量为导向的经销商终端团队激励与考核

一、经销商公司不同阶段的不同薪酬模式

- 1、常见的经销商薪酬激励模式
- 2、因企制宜、因地制宜、因人制宜制定薪酬方案

二、经销商公司薪酬考核设计难题及关键

- 1、如何避免吃大锅饭？
- 2、如何避免两极分化？
- 3、模式创新——也谈“一企两制”
- 4、过程激励——绩效考核制
模型：绩效考核制解读
案例：某经销商“一企两制”成功运行案例解析

三、经销商公司如何设计营销关键业绩考核指标？

- 1、关键业绩营销指标有哪些？
 - 1) 销售指标
 - 2) 营销指标

案例：某经销商营销目标设计参考
- 2、如何因地制宜设定考核指标？
 - 1) 通用指标有哪些？
 - 2) 如何围绕终端拜访标准及路线设计考核指标？

案例：某经销商公司终端拜访步骤考核
链接：经销商公司终端销售团队终端拜访七定八步骤简读

四、经销商公司如何进行创新激励？

- 1、激励的手段：物质激励 VS 精神激励

2、双管齐下：物质激励+精神激励

3、创新激励技巧实战案例解析

系列案例：经销商公司如何激励员工才有效？

五、经销商公司有效激励下属提升市场业绩的四大手段

1、建立早晚会提升体系

模型：例会管理

2、每天排出销售龙虎榜

3、导师制激励

案例：某经销商公司的教练制度

工具：传帮带责任书及评估表

4、目标动态跟踪考核制度

工具：业绩动态跟踪表

六、经销商老板市场走访与检查

1、经销商老板如何设计市场走访？

案例：海南某经销商有效的市场走访

2、经销商老板市场走访看什么？

工具：市场巡访表

第二部分：新形势下的经销商新产品及核心产品推广技能、技巧提升

一、经销商新品上市标准化步骤

1、明确新品上市意义

2、制定新品上市可行目标

模板：考核目标 VS 挑战目标

案例：某经销商公司新品推广制定挑战目标

3、组合与打造终端推广团队

案例：某经销商公司为推新品组建专业终端团队创奇迹

4、新品铺货、陈列与促销

工具：铺货表格

终端陈列九大技巧

系列案例：终端促销设计，这些方式有效果

5、新品上市评估与总结

6、复制与持续改善新品方案

案例：某经销商新品推广总结

二、经销商新品终端销售技巧

1、挖掘新品卖点技巧

工具：加减乘除，让产品卖出不同来

2、终端有效沟通五大技巧

案例：这样沟通，让终端店认可新品

3、终端门店销售政策给予五大技巧

案例：这样给政策才有利

4、终端客户异议七大处理技巧

系列案例：异议，是销售障碍，也是成交的机会

5、销售成交的五大技巧

系列案例：把握时机，快速成交