

教练式经销商管理

课程背景

厂商关系一直是令很多企业头疼的营销管理难题，“大经销商不服管理，小经销商又是扶不起的阿斗”。那么，经销商管理到底该管什么，怎么管才能管出跟厂家一条心的经销商呢？

《教练式经销商管理》课程从管理经销商的五大内容出发，全面系统地破解了经销商管理中的难点、痛点问题，让销售人员成为经销商的操盘手和营销教练，从而为公司销售增长打下坚实的基础。

课程收益

- 系统梳理经销商管理的五大核心内容；
- 输出至少 10 个经销商管理落地方案；
- 引导销售人员向“市场服务”销售转变；
- 提升销售人员客户辅导沟通专业能力；
- 打造厂商共赢深度合作新型厂商关系；。

课程内容



课程大纲

第一单元、经销商管理之管理理念 (2.5 小时)

壹、正确认识数字化时代厂商关系

1、厂商博弈的本质是什么？

厂家为什么需要经销商？

经销商对厂家有哪些需求？

厂商之间的连接模式

2、数字化时代的厂商关系

数字化要求厂商一体化

厂商一体化的落地表现

实战案例：奔驰事件带给我们的思考

式、用动态思维看待厂商合作

经销商选择厂家的心理需求分析
企业不同发展阶段对经销商的要求

实战案例：济南格力代理商为何更换品牌

三、在理念层面上掌控经销商

① 经销商多品牌操作不主推我们，怎么办？

② 经销商小富即安不求进取，怎么办？

实战案例：经销商老吴的没落

第二单元、经销商管理之管业务（3小时）

壹、制定经销商年度经营计划

区域市场销售数据复盘与分析

区域市场销售增长的五个维度

渠道、客户、产品、时间、团队

沙盘演练：年度任务增长60%，增长点哪里来？

贰、经销商生意关键价值链分析

1、经销商生意关键价值链梳理

盘点经销商现有能力与资源

制定经销商生意增长计划方案

2、目标管理驱动经销商业绩达成

经销商管理的两大考核目标

目标管理落地三大闭环系统

实战案例：西安某厨卫代理商反水厂家

参、引导经销商走出去做市场推广

1、引导经销商打造区域市场强势品牌

区域市场“海陆空”品牌推广动作

品牌落地终端网点形象打造

1+N多网点布局开店

零售门店动销的九大系统

实战案例：某三线电工品牌鲁西市场如何一家独大？

2、经销商如何打造新媒体营销

社群营销、抖音营销、微信营销

输出成果③：经销商不愿意做推广活动怎么办？

四、经销商拜访标准化

想：想清楚拜访的目的

说：沟通重点内容信息

看：终端门店表现检查

做：门店形象标准改善

记：整理总结拜访问题

输出成果④：经销商拜访SOP标准化流程

第三单元、经销商管理之管团队（2小时）

壹、指导经销商组建销售团队

不同类型经销商的组织架构

一套薪酬方案快速招到能人

经销商招人的九个主要途径

输出成果⑤：经销商不愿意招人，怎么办？

贰、参与制定经销商团队薪酬考核

经销商团队考核设计的四个原则
输出一套可落地经销商薪酬考核制度
90后员工激励的两大动力

针对不同绩效员工的绩效面谈

实战案例：浙江某经销商的工资表

三、如何对经销商团队进行赋能

1、三大战役赋能经销商团队

入职培训：让新员工快速成长

随岗辅导：如何在工作中带教

专项训练：针对业务场景特训

实战案例：为什么老人带新人是个雷？

2、经销商团队赋能培训形式

工作带教、专项会议、走动培训……

实战案例：大自然地板张总如何打造学习型团队

第四单元、经销商管理之管资金（2小时）

一、经销商资金管理实战案例

经销商赢利模式

ROI投资回报率

输出成果⑥：经销商抱怨毛利太低，怎么办？

二、掌控经销商产品经营结构

基于利润/销量的五种产品角色

经销商产品经营的八个基本原则

怎样的产品组合让经销商卖出高利润

输出成果⑦：经销商老板不愿意卖新品怎么办？

三、掌控经销商库存动态变化

库存定义与盘点重要性阐述

库存管理四大指标

经销商哭穷的原因

输出成果⑧：经销商哭穷不愿意进货怎么办？

第五单元、经销商管理之管问题（2.5小时）

一、360度评估经销商价值

20%的经销商创造80%的销量真的好吗？

经销商结构平衡（小户、中户、大户）

经销商评估的维度与考核方式

实战案例：德高防水“拜师仪式”激发小客户

落地工具：《经销商评估表》

二、激活不求上进的经销商

经销商上不求上进的四个原因

如何通过样板市场激活整体市场

建立考核PK机制淘汰顽固经销商

实战案例：某厂家经销商PK对赌机制

参、制定经销商渠道激励政策

经销商渠道激励的基本原则

销售型渠道政策设计

市场型渠道政策设计

输出成果⑨：针对经销商的渠道激励政策

四、整治不听话的经销商

输出成果⑩：针对经常窜货的经销商怎么办？

输出成果⑪：针对经常低价的经销商怎么办？

实战案例：TATA 木门如何整编残局市场？

——全课程目录完

训战结合，业绩增长

《教练式经销商管理》课程落地跟踪服务

一、落地形式

- 1、延续小组学习模式，将课程中的知识点进行落地转化，由组长督促组员按照时间节点完成老师布置的相关任务，班主任负责跟进；
- 2、组建班级群和小组群，老师在班级群随时随地回复学员的相关问题，微信群线上辅导跟进时间一个月；
- 3、参训学员需要每天在微信群进行作业打卡，打卡内容为今天使用了哪一个课程中的知识点，有什么样的感受和建议；
- 4、每周老师一次在线集中答疑时间，小组长提前收集学员在课程知识应用中的问题，老师选择在每周固定晚上的时间进行集中答疑；
- 5、落地跟踪服务项目需要有一个线上启动仪式和闭营仪式，企业可以结合自身情况决定是否设定 PK 奖惩机制。

二、时间安排

第一周：完成一名大商的《经销商经营计划表》

每名学员都需要结合一名经销商的真实经营状况，与经销商充分沟通，提交一份《经销商经营计划表》，老师给与反馈，并完成标准话术范本指导

第二周：完成一份《经销商门店产品分析表》

每名学员针对一名大商的实际销售产品产品，制定一份《经销商门店产品分析表》，帮助经销商分析产品组合，老师给与反馈，并完成标准话术范本指导。

第三周：完成《经销商 360 度评估打分表》

以小组为单位提交一份经销商 360 度评估打分表，老师给与反馈，并完成标准话术范本指导。

第四周：完成《经销商拜访标准化流程表》

结合本公司的业务特点以及拜访的实际情况，每个小组制定出一份经销商拜访标准化流程表，老师给与反馈，并完成标准话术范本指导。