

《经销商的开发与管理》

马诚骏讲师

【课程大纲】	<p>第一部分、经销商的开发与管理</p> <p>一、寻找经销商的策略</p> <ul style="list-style-type: none">➤ 汽车经销商的类型及其合作特点➤ 汽车行业的经销商的产品特点➤ 寻找潜在的、富有潜力的经销商的途径➤ 汽车企业的品牌---确定经销商选择的基础➤ 首次拜访经销商或进行首次沟通的策略➤ 通过首次拜访确定经销商的综合实力和合作意愿的策略探讨 <p>二、汽车行业经销商选择的标准</p> <ul style="list-style-type: none">➤ 经销商选择的总体思路➤ 经销商的流通实力认证➤ 经销商的营销意识判断和综合评估➤ 经销商的市场能力评估➤ 经销商的管理能力的综合测定➤ 如何确定经销商的合作意愿 <p>三、影响到经销商业务发展的因素</p> <ul style="list-style-type: none">➤ 经销商的国别特征对代理业务发展的影响和相应的策略应对➤ 经销商的经销层级对海外经销业务发展的影响和相应的策略应对➤ 产品属性和属性发展对经销商业务发展的影响和相应的策略应对 <p>四、汽车行业经销商选择的评估策略</p> <ul style="list-style-type: none">➤ 经销商开发的注意事项➤ 如何诱导实力充足的非行业代理进入本行业➤ 经销商的评估与优先选择
---------------	--

- 经销商选择和评估的误区
- 面队潜在经销商，外销人员的工作要点和行为准则

第二部分：前沿的市场集客活动的案例分析

- 1、 贴身肉搏的客户争夺战分析
- 2、 团购与促销的活动设计案例分析（千人交车模式）
- 3、 体验营销的技巧与方法设计案例分析
- 4、 市场活动的目标分解与工具使用案例分析
- 5、 销售顾问的市场活动执行与沟通能力提升
- 6、 建设合理的市场活动策划流程
 - 十全十美的市场活动分析（案例推进）
 - 市场活动的案例分享（独孤九式）
 - 市场活动的评估与投入
 - 案例分享：情人节/劳动节的店头活动。
 - 上门拜访、定、巡展、品鉴会、试乘试驾、售后回访活动的标准流程与操作细节讲解。
 - 店头活动的标准文稿撰写与销售顾问的培训（案例、提供相应的工具）
 - 店头活动的评估与绩效考核（没有追踪就没有效果）
 - 圈层营销与异业联合营销方法的介绍与实施。