

# 汽车经销商发展现状与互联网未来布局

**课程对象：**区域经理，总经理、网电销主管、网推手、DCC

**主讲老师：**马诚骏

**课程时间：**2天

**授课模式：**导师讲解、大量案例分析，双向沟通、疑难解答、针对性讲解、参与式研讨。

**课程大纲：**

## 第一章节：当下汽车经销商面临的现状分析

### 1、 经销商管理运营的发展解析

- 微利化时代的精细化管理已经到来，精细化管理给企业带来的优点分享。
- 精细化管理中，流程与制度起着重要的作用。
- 彻底改变人治的管理理念，凡是皆有标准，按章行事，力求统一化、标准化。

## 第二章节：互联网发展对经销商的影响与网电销模式搭建

- 什么是O2O模式，电子商务带来的影响
- 未来的发展趋势分析
- 开展O2O的优势有哪些
- 未来汽车行业的产业链会如何发展
- 汽车店电商平台的布局（综合类、垂直类、厂商类、经销商类）
- 人网互联互通系统的搭建（订阅号、服务号、官微、微博、QQ）
- 信息化平台的维护与搭建
- 网络软文编写与宣传技巧

## 第三章节：网电销的团队建设与管理

- 汽车网电销的组织构架搭建模式分析
- 汽车网电销岗位的工作职责和工作流程分析
- 汽车网电销的团队建设（选、育、用、留四个团队建设维度）
- 粉丝管理与线索的转换与成交构架分析与职责分析

## 第四章节：网电销线索转化管理与邀约技巧分析

- 网电销部门人员的目标设定与分解
- 网电销部门的绩效客户设定
- 网电销部门数据流转的kpi分析，对业务的影响

- 网电销的线索分类与大数据分析，了解数据结构（留档率、转化率等）。
- 电销专员的呼入、呼出技巧分析
- 邀约话术的十六种情景与话术分析
- 邀约话术情景模拟分析（没时间、在外地、没考虑好、资金不到位等）

### **第五章节：网电销与店头活动的有效结合**

- 1、竞品活动调研与公示制度
  - 2、贴身肉搏的客户争夺战分析
  - 3、目标市场分析与策略调整
  - 4、竞品的话术提炼与销售顾问的能力提升
  - 5、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。