

汽车配件经销商管理

课程对象：配件区域经理，厂商管理人员

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。

课程收益：配件厂商区域管理人员如何管理好指导好各个区域经销商的管理，创造价值。

课程大纲：

第一章节：中国汽车行业发展分析，汽车主机厂的困境分析

- 1、中国汽车行业的产能过剩，产品同质化竞争的现状。
- 2、汽车配件在汽车产业链所处的位置，未来的发展趋势。
- 3、汽车主机厂创新能力加快，对产品配件的研发速度与供货要求分析。
- 4、汽车主机厂在销售渠道上的发展与瓶颈，汽车经销商深度的配件库存，配件的流通，对配件行业的影响。
- 5、汽车配件营销理念的4P与4c的关系给我们带来怎样的市场观念

第二章节：针对汽车主机厂大客户的沟通与拜访策略

一、客户拜访前的准备工作

- 了解客户生产车型在市场的占有率与表现。
- 了解客户车型在市场中的配件反映情况，深入了解售后服务的收入与体系。

- 了解正对客户车型的竞品信息，和竞品的推广策略。
- 竞品车型在车型配件方面的话术与基本配置。有针对性的对本品牌配件的话术解析与准备。
- 主机厂采购的流程分析，于提前的邮件，电话，网络接洽事宜。

二、 汽车主机厂上拜访的表格工具。

- 评估汽车主机厂客户对配件的使用频次和市场份额。
- 评估配件的单一车型，配件的使用周期与寿命。
- 评估表格与工具的设计（案例分析）
- 对甲方采购市场的分析工具（SWOT,波特五力分析）
- 对配件经销商外拓市场的工具分析（BSC/PDCA）

三、 对主机厂配件需求的分析，如何用我们的配件提升甲方车型的优势。

- 为什么要做客户的需求分析？需求分析给我们销售提供了什么？
- 需求分析时应该什么时间节点展开
- 案例分析：需求分析表的设计
- 需求分析的技巧分析（望、闻、问、切的技巧）
- 冰山理论了解客户的肢体语言，从显性到隐性需求的挖掘

四、 了解采购客户的心理分析技巧与客户性格分类

- 案例分析：通过大家参与问题确定每组人员的性格

- 性格色彩与客户心理表现分析
- 主导型、社交型、个性型、分析型客户心理分析与性格
- 客户的哪些信息可以展现性格优缺点
- 互动案例：现场模拟不同性格人的购车现象，深度解析

五，根据配件结构编辑话术，与竞品对比的话术演练

- 现场根据配件讲解，（案例分析）
- 配件话术的编辑技巧也方法分析。
- 要紧紧密结合当下市流行的元素与配件给汽车质量，使用成本带来的优点分析。

六， 如何提升经销商员工服务意识。

- 不会把客户的需求和预期放在第一位
- 做事情不能坚持不懈，保持一定的关注度，虎头蛇尾
- 不会站在顾客的角度考虑和分析问题
- 做事情总是别人找他沟通和链接，自己不会主动
- 无法在自己专业领域树立标杆，不像个内行的样子

七，如何有效处理客户投诉与抱怨

1、客户投诉的流程：客户意见接待---信息登记----经销商信息核查----再次与客户确定----拟定处理方案-----客户协调-----处理方案执行-----客户满意度调研---跟踪服务。

2、如何与客户沟通时判断客户的类型

- 案例分享：主导型性格的客户的投诉方式，社交型性格的客户投诉方式，分析型性格的客户投诉方式。分别用案例来阐述
- 不同客户类型的处理方法与技巧，（案例与学员互动，阐述处理方法）
- 3、与客户电话沟通的技巧与方法，了解客户的核心诉求与投诉重点。
 - 电话的沟通时如何注意语气、语调、等技巧方法
 - 与客户面对面沟通时使用的观察法、举例说明法、提问的方法分享
 - 客户投诉三部曲—明确事实—同意并中立化—提供解决方案—3F 法则。
- 4、如何判断客户是否曲解政策问题或者个人原因产生的投诉误解。
 - 了解客户情绪，懂的情绪管理，通过客户情绪管理客户的投诉。
 - 沟通是保证与客户的同理心，用心去听取客户意见与想法

第三章节：非财务人员的管理报表

- 配件经销商如何了解企业的资产负债表/损益表。
- 如何根据财务知识，控制企业的盈亏平衡。
- 经销商合理库存与报表的使用，有效地利用好企业的现金流。