

区域经理督导能力提升

课程对象：区域经理、总经理、销售经理

主讲老师：马诚骏

课程时间：以客户需求（建议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：区域经理的角色认知与工作职责

1、区域经理的角色认知

- 区域经理汽车汽车产业链的承上启下的作用
- 区域经理类似辅导老师（辅助与督导）
- 区域经理的心态问题

2、区域经理的工作职能

- 实施监督职能，使经销商快速有效的按照规划发展。
- 辅导职能，能提供经销商有效的技巧与方法。

第二章：如何做好时间管理与先后顺序

1、时间管理的概念

- 区域经理的一天工作简报
- 时间管理矩阵分析图表
- 掌握时间观念的2/8原理

2、有效的利用时间，排定先后顺序

- 时间管理的数据化管控
- 有计划的推进营销公司战略

第三章：区域经理的三件大事

1、区域产品结构控制

- 了解地区目标客户群体，成交客户分析表
- 有效的提报市场分析表
- 产品投入与群体的吻合

2、区域价格控制

- 调节各经销商的价格预期
- 做好有效的价格战督导
- 推进价格套餐组合，发挥经销商优势

3、网络布局与价值贡献

- 地区与分布的相互支持论
- 了解布局分布技巧（波特五力分析法）
- 发挥地缘优势，提升贡献值

第四章节：如何辅导经销商的销售能力

1、经销商商务政策解读与销售目标政策制定

- 根据集团的考核制定年、月、周目标。并分解到个人。
- 建立看板管理制度，是目标可视化管理。
- 销售顾问的个人目标值分解，
- 销售顾问目标完成度的评估标准设定。

2、经销商销售运营核心数据的管理

- 建立销售 **KPI** 流程图，实时监控（客户信息留存率、邀约进店率、展厅成交率、任务完成率、客户战败率）
- 每一个销售 **KPI** 公式说明怎样的管理问题，应如何解决与应对
- 销售顾问的三表一卡的使用和数据管理技巧
- 运用绩效考核的模式激励销售顾问对数据的重视程度。

3、经销商的现场管理

- 销售顾问的个人形象、与软实力与硬实力的打造
- 展厅与车辆的现场 **5S** 管理细节
- 试乘试驾车的现场管理细节解读
- 现场管理的工具表单与表格分析

4、客户管理满意度提升管理

- 客户的满意度提升的几种方法、**MOT** 的使用
- 充分发挥客户转介绍渠道，增强客户回店的频率
- 建立车友俱乐部、与客户信息交流平台。
- 意向客户回访与邀约的技巧与方法

5、汽车经销商的市场活动执行与策划

- 市场管理---市场的竞争对手分析与集客（互联网、微信、店头活动等）
- 市场调研的方法分析、与调研数据的研判技巧
- 市场调研常用的方法（**pest**、**swot**、波特五力分析法）
- 市场活动策划的基本原则与活动指向
- 案例分析：列举优秀成功的市场活动分析技巧

6、经销商的人员管控

- 如何招聘到合适的人才，挖来的人才应如何使用
- 岗位评测工具的使用，做好岗位胜任力模型
- 留住核心员工的四个方法
- 建立合理的绩效考核机制是留住人才的基础

7、经销商的会议管理

- 确定会议的时间与模式。做到定期的会议沟通
- 晨夕会议、周例会、月会的内容解析，如何提升会议的效率

8、经销商的二级网点管理与销售的配合

- 二级网点政策技术支持与人员的培训
- 如何使二网成为互补的合作伙伴

9、经销商销售流程的要点解析与重点执行

- 根据不同经销商的销售流程现场解析重点