

# 总经理如何监管控销售业务

课程对象：总经理、销售经理

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：汽车经销商与主机厂商的关系概念解析

- 汽车行业的业务链条分析，上中下三游的关系解析
- 经销商承载汽车品牌的那些因素
- 经销商与主机厂商的关系解析，如何更好的做好运营对接
- 如何转变观念看待对方的情况，更好的加强合作
- 互联网发展的营销模式创新与经销商面临的挑战
- 一线城市的限购政策给我们的机会和挑战

## 第二章节：当下汽车经销商面临的现状

### 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。
- 做好经销商的标准化、制度化、流程化、数据化的运营

- 经销商的过去，现在，未来三个阶段的经营指标转变分析

### **第三节：经销商的组织构架与岗位职责**

- 经销商的组织构架分析、随着市场变化组织构架的调整
- 经销商各个部门的岗位职责与工作流程分析
- 经销商总经理会关注的专职岗位与兼职岗位的运作
- 互联网模式的组织构架与岗位模式

### **第四节：汽车经销商的销售管理业务管控**

#### **1、经销商商务政策解读与销售目标政策制定**

- 根据商务政策与库存，制定年、月、周目标。（案例分析）
- 合理的库存占比与现金流的比例控制
- 月目标分解，市场与销售之间的关联性解析
- 如何监管市场目标制定策略与公示制度
- 销售顾问的个人目标值分解与完成计划表
- 如何建立看板制度管理，使目标可视化管理。

#### **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、专业的礼仪与销售现场管理**

- 梳理销售团队的基本礼仪标准，要求人员严格执行

- 职业化的礼仪有哪个方面组成。
- 展厅的物料监管与品牌文化相符合
- 定期召开主题布局研讨会议，创造更好的购车环境

#### 4、辅导与监管销售技巧与谈判能力提升

- 定期开展晨夕会议，总经理列席参见
- 销售培训制度的制定，或者种子讲师的传播模式
- 销售技巧提升（案例分析、现场互动讲解）

#### 5、汽车经销商的网电销管理

- 汽车互联网营销时代的网络布局设计
- 网路推手、DCC呼入呼出、直销员的流程与岗位职责
- 互联网销售平台的搭建与多元化的运作分析（天地人）
- 网电销数据监管与数据分析。

#### 6、如何增加销售的衍生盈利模式

- 总经理如何制定销售的价格套餐
- 几种常见的精品套餐设计案例分析
- 保险与金融产品的多样化设计模式分析
- 售后服务业务的前置套餐设计分析
- 二网建设与利益互助模式分析

### 第五章节：如何打造狼性的销售团队

#### 1、团队建设的五个核心要素分析

- 选：如何选到合适的人才，招聘与职业规划分析
- 育：如何定职定岗，推进培训的进程管控

- 用：如何挖掘特长，把合适的人放在合适的位置上
- 留：四种留住人才的方法（事业／环境／情感／利益）
- 退：如何精简团队，提升核心竞争力

## **2、狼性团队建设标准分析**

- 狼性团队的基础是什么？
- 如何升华狼性团队，创造更高价值。
- 狼性团队的三个核心特质分析