

# 《经销商开发与量化管理》

理

## [课程背景]：

1. 合适的经销商难以开发
2. 销售指标经销商经常完不成
3. 无法真正做到对经销商的有效控制
4. 经销商的忠诚度正在下降厂家却束手策
5. 经销商胃口越来越大，索要各种促销政策毫无节制
6. 经销商时好时坏，让我们既恨又爱，不知该如何引导。。。

3. 小组探讨：我们如何利用 CCS 模式实现我

## [课程收益]：

1. 厘清经销商管理的 **THCBEE** 基本策略：
2. 了解成功开发经销商的标准和基本流程：
3. 谙熟与经销商进行合作的基本策略与技巧：
4. 掌握“**迫使**”经销商不得不达成我们销售指标的秘籍 **4E** 原则：
5. 熟悉高效实施经销商管理的 **4** 种流程，**7** 套工具，**12** 大技巧：
6. 掌握一整套经销商开发与量化管理的方法，思路和方案解决体系

10：30-10：

芬 助

## [课程风格]

1. 有个案，有系统，有深度，高屋建瓴；
2. 有视频，有互动，有解读，实战落地！

		10:00 – 12:00	<p><b>第二部分：开发经销商：20%</b></p> <p>一、 成功挖掘经销商的 3 个基本模式</p> <p>二、 经销商的甄选标准：“3Cs”模式</p> <p>三、 成功拜访经销商的 8 个步骤：</p> <p>1. 案例剖析：宝洁开发经销商的秘籍</p>
	中午	12:00 – 13:30	午 餐
	下午	13:30 – 15:00	<p>1) 案例剖析：宝洁是如何开发经销商的</p> <p>2. 确保经销商拜访成功的 4 个技巧：</p> <p>1) R-P 现场演练：这样做，才能开发到优质经销商（学员模拟现场开发经销商，老师点评）！</p> <p>2) 小组探讨：与经销商谈判的 12 个节点及 6 种技巧：</p>
		15:00 – 15:15	茶 歇
		15:15 – 17:00	<p><b>第三部分：管理经销商：65%</b></p> <p>一 . 管理经销商的核心标志是什么？</p> <p>1. 小组探讨：影响经销商管理成功率的 6 要素：</p> <p>二 . 经销商管理：THCBEE 模式：</p>
晚 餐			
D2	上午	9:00—10:30	前言：前一天课程回顾及当天进度简介

		<p>1. THCBEE 经销商管理模式解读：</p> <p>2T：如何给经销商“洗脑”，才能使其成为我们厂家的“死党”？</p> <p>3H：如何才算真正意义上控制住了经销商，怎样做到这一点：</p> <p>1) 案例剖析 1：可口可乐是如何点中经销商的死穴,才让他对自己死心塌地的？</p> <p>2) 案例剖析 2：宝洁是如何让经销商对其俯首称臣的？</p> <p>3) 小组探讨：宝洁控制经销商的法宝：RDS</p> <p>4) 小组探讨：我们如何利用此招，让经销商对我们不得不“忠诚度”。</p>
	10:30—10:40	茶 歇
	10:40 - 12:00	<p>4C：省钱，省时，又能搞好与经销商客情关系的“4Ws”技巧：</p> <p>1) 案例探讨：联合利华为什么要这样做客情</p> <p>2) 小组探讨：我们如何利用此招搞好与经销商的关系？</p> <p>3) 厂家经常与经销商经常发生冲突的 4 种情况，及成功处理这些矛盾相对应的 4 种方法：</p>

		<p>1) R-P 现场演练：这矛盾应该这样解决</p> <p>2) 一名员工扮演公司销售,另一名扮演客户,现场实战。</p> <p>3) 其他员工，现场观摩，身同感受。</p> <p>4) 老师现场点评。</p>
中午	12:00 – 13:30	午 餐
	下午 13:30 – 15:00	<p>5B：成功迫使经销商完成我们销售指标的 3 个诀窍：</p> <p>1) 案例剖析：宝洁是如何确给经销商下设销售指标，并确保其达成该指标的</p> <p>2) 小组探讨：宝洁经销商的指标体系一瞥</p> <p>3) 案例启示：我们如何利用此招确保客户完成我们制定的销售指标。</p> <p>6E：.正确评估经销商运营业绩的 4 种方法：</p> <p>1) 案例剖析：吉列经销商评估体系一瞥</p> <p>2) 小组探讨：我们如何利用此招设计我们的经销商评估体系？</p> <p>7E：激励经销商</p> <p>1) 经销商激励的依据：</p> <p>2) 经销商奖惩机制的“4Ms”原则：</p>

		<p>◇ 案例剖析：宝洁是如何成功调动经销商积极性的？</p> <p>3) 如何平稳地让不符合公司要求的经销商退出，并避免其进行市场报复的 3 个技巧：</p> <p>◇ 案例剖析：为什么说经销商都是纸老虎</p>
	15:00 – 15:20	茶 歇
	15:20 – 17:00	<p>◇ 小组讨论：宝洁经销商退出体系一瞥</p> <p>4) 经销商“反水”前的 8 种征兆：</p> <p>1) 情景探讨：如何防止经销商倒戈？：</p> <p><b>第四部分：课程总结与答疑：05%</b></p> <p>一.经销商管理过程中需要的工具：</p> <p>1. 准经销商综合实力评估表</p> <p>2. 经销商开发申请表</p> <p>3. 经销商业务评估表…</p> <p>二.宝洁经销商管理的 16 字秘笈：</p> <p>三.老师作业布置：</p> <p>四.老师现场答疑：</p>
结 束		