

# 渠道建设与经销商管理

## 【课程背景】

企业发展，来自于创造的利润！可随着市场竞争的不断加剧，渠道的不断细分、新技术的影响，企业家们面临的问题和困难越来越多：产品不好销售、市场份额下滑、销售人才流失、经销商不合作……

假如产品是水，销售渠道是水管，经销商负责拿水管浇地，市场是庄稼地。一旦管子出了问题、浇水的人出问题，那再好的水浇不到庄稼上，就不可能有获得丰收。即使拥有优秀的产品、强势的营销推广和合理的价格，但如果不给予渠道战略足够重视的话，企业的市场份额仍然会下降。

所以，企业要想有好“收成”，下面的问题必须思考：

- 1、如何刹住老市场业绩不断下滑的势头，并变被动为主动？
- 2、如何快速开发拓展新市场，为企业开辟新的增长点？
- 3、面对新兴的网络营销对传统销售渠道的冲击，企业如何化解？
- 4、如何稳定住企业的核心大客户，并与之形成战略合作关系？
- 5、如何化解因市场下滑而造成的销售人才的流失？
- 6、如何打造新型的、狼性营销团队？

……

## 【课程目标】

基本了解市场通路概念

理解经销商的日常业务运作

掌握经销商管理的基本流程与技巧

练掌握快速分析问题和解决问题的实战技巧；

熟练掌握经销商的开发管理的实战技能。

### 【授课对象】

销售经理/大区经理/营运经理、正、副店长/主管/领班营运督导、经销商等

### 【课程特色】

- 1、课程由浅入深、采用案例分析、模拟演练、小组讨论、导师点评，实战与理论的结合，逐步引导学员改变思维、突破思维，深刻去感悟，最后改变自我的思维及行为
- 2、吕老师的实战经验丰富，课程幽默风趣、通俗易懂，能快速引起学员的共鸣，课程中运用大量的教练技术，能引导学员自我思考，从而达到课程目标
- 3、课程互动与实战案例多，能引导学员自我突破，自我提升

### 【培训课时】

2天（6小时/天）

### 【课程大纲】

#### 单元一、经销商开发三部曲

##### 一、区域市场采用的3种部署方法。

- 1、市场分级
- 2、点面呼应
- 3、点线呼应

##### 二、区域市场作战方略

- 1、分析现状
- 2、设定目标

- 3、制作销售地图
- 4、市场细分化
- 5、采取“推进战略”或“上拉战略”
- 6、对付竞争者
- 7、努力开发新客户
- 8、让业务员知道活动目标

### 三、规划业务员的“责任辖区”

- 1、规划每个业务员的责任辖区
- 2、规划业务员责任辖区的销售路线
- 3、经营责任辖区
- 4、绘制“责任辖区地图”
- 5、利用“责任辖区地图”检讨销售战略
- 6、责任辖区的行动顺序

### 工具：业务员工作日记

## 单元二、经销商筛选标准

### 一、经销商的招募

- 1、策略制定
- 2、样板市场的作用和运作
- 3、经销商的选择与审核

### 二、经销商筛选的标准

- 1、经营理念

2、网络能力

3、商业信誉

4、销售实力

5、公关能力

### **三、经销商现场考察的四个重点**

1、实力

2、管理能力

3、口碑

4、真实需求

### **四、评价经销商的维度**

1、合作伙伴

2、服务市场

3、企业发展

4、增长能力评估

5、协同能力评估

### **单元三、经销商沟通方法与话术**

#### **一、洽谈的步骤**

1、明确洽谈的目的

2、赢得洽谈的秘笈：准备、再准备

3、确定洽谈时间与地点

4、洽谈前的心理准备、

5、一个好的“包装”

6、收集与客户有关的信息

7、制定洽谈计划

## 二、有所不为：避免与客户洽谈中的禁忌与误区

1、语言禁忌

2、服饰禁忌

3、洽谈心理禁忌

4、不要轻易亮出自己的底牌

5、洽谈话题禁忌

6、与不同类型客户洽谈的禁忌

7、避免洽谈陷入无意义的争执

## 三、掌握洽谈开局的主动权：抓住与客户洽谈的先机

1、轻松入题

2、握手与名片使用技巧

3、化解对方的疑虑和戒备

4、营造良好的洽谈气氛

5、三种开局技巧

6、从客户关心的话题开始，学会吊对方胃口

7、观察不同客户性格和心理特征

练习：开局技巧

## 四、蓄雷霆万钧于不动声色之中：抓住洽谈进程主导权

1、善用沉默

2、学会引导话题

3、观察不同客户性格和心理特征

4、打破僵局的方法

### **五、真诚胜于技巧：与客户洽谈中的攻心术**

1、不做“大忽悠”，洽谈以诚信为主

2、会微笑的人到处受欢迎

3、先交朋友后做生意

4、学会给客户面子

5、别想占尽便宜

6、洽谈中如何与客户求同存异

## **单元四、合作促成与异议处理**

### **一、合作促成**

1、客户需求的层次

2、目标客户的综合拜访

3、销售员和客户的四种信任关系

4、挖掘决策人员个人的特殊需求

### **二、分销政策制定**

1、如何制订分销政策

2、分销权及专营权政策

3、价格和返利政策

4、年终奖励政策

5、促销政策

6、客户服务政策

7、客户沟通和培训政策

### 三、渠道异议的管理：

1、渠道之间常见的五种冲突

1) 市场范围的冲突；

2) 经营价格的冲突；

3) 经营品种的冲突；

4) 经营方式的冲突；

5) 经营素质的冲突；

2、渠道冲突的实质：

3、渠道冲突的化解：