

经销商（渠道）管理

概述

在市场的快速变化下，许多公司都在进行销售团队及渠道的整合。在面对公司内部销售人员的时候，只要能够说清楚目标、策略和支持作业，运作的问题基本上都不大。但是，牵涉到经销商的时候，问题就很多而大，因为经销商不属于公司的体系，而经销商也都有自己的利益要维护，更麻烦的每个经销商都有不同的想法。因此，经销商的管理一直都是企业又爱又恨的挑战。这些挑战有：

- 如何决定适当的市场覆盖？
- 如何寻找适合的经销商？
- 如何招募适当的经销商？
- 在签约后，怎么能够快速产生业绩？
- 如何让经销商承诺销售的目标？
- 如何让经销商做策略性的工作？也就是短期不赚钱，但是公司希望执行的工作。
- 如何让经销商做好服务性的工作？
- 如何激励销售商大幅度成长？
-

本课程从营销经销商的基本概念解析，提供经销商管理工具，引导学员结合其业务具体特点，设计建立可行的经销商模式和制定完善经销商管理的体系，既要考虑到今天的销售实际环境，也要着眼于明天的业务发展趋势。从而使学员熟悉整个决策和运作过程，便于在实际操作中准确地把握和精彩实践，为了使组织通过经销商网络之优势实现收益的最大化。

学习流程

在课程中，学员将通过不同形式学习活动，来学习以下课题：（这些活动将包括小组与全体讨论、个人与结队练习等…）

- 让学员掌握经销商网络的选择和建立。
- 使学员提升对营销通路管理和掌控的能力。
- 提供操作性强的经销商评估和管理的工具。
- 建立经销商管理体系，并激励经销商。

课程收益

在课程结束后，学员将学会以下技巧及收获：

- 从终端购买者、经销商及厂家的角度看经销商管理
- 知道如何决定及管理渠道覆盖策略

- 掌握建设经销商体系的完整流程
- 预测市场环境对于销售的影响
- 了解寻找潜在经销商的途径，并如何进行招募
- 快速启动签约的经销商产生业绩
- 理解要如何进行经销商的生意管理，如何推动业务
- 学习如何激励经销商，管理冲突

《经销商（渠道）管理》

模块	课程大纲	时间分	教学方法
课程导入	<ul style="list-style-type: none"> • 开场（客户方） • 破冰活动 • 研讨公约 • 课程介绍 • 讨论：学员面临的挑战是什么？ 	15分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 猜猜看 • 小组讨论
第一单元 经销商管理的关键观念	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：介绍渠道的演变和基本理论，并从整体的分析来决定市场覆盖的策略 • 什么是渠道 • 渠道的演变 • 为什么生产商/最终使用者需要渠道 • 生产商对于渠道商的重要性，要如何分析 • 经销商需要什么样的生产商 • 如何选市场覆盖策略 • 活动：制定覆盖策略及渠道覆盖现况 	75分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 技巧演示 • 小组讨论及简报 • 工具：渠道覆盖表
第二单元 筛选及招募经销商	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：掌握开拓经销商网络的流程 • 经销商商机作业流程规划 • 设定经销商筛选条件 • 寻找潜在经销商的途径 • 招募被确认的潜在经销商的五个步骤 • 整理你的渠道政策 • 如何对潜在经销商做有力的简报 • 活动： <ul style="list-style-type: none"> - 寻找潜在经销商 - 制定渠道政策 - 进行潜在经销商的招募简报 	150分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 技巧演示 • 小组讨论 • 角色扮演

<p>第三单元 经销商管理</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：了解管理经销商的流程，从获得经销商的承诺，到确认达到目标 • 基本理念 • 新经销商启动 • 建立伙伴关系的五个法则 • 四种有效的经销商沟通方式 • 发展经销商共同生意计划及流程 • 如何说服经销商承诺销售量 • 活动： <ul style="list-style-type: none"> - 模拟与经销商开年度会议，以制定年度计划及订定业绩目标 	<p>150分</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 技巧演示 • 话术准备 • 小组讨论 • 角色扮演
	<p>总课时长度</p>	<p>6小时 30分</p>	
<p>休息时间：上下午各一场 15 分钟休息 中饭休息时间：1 个小时</p>			