

---

# 工业品渠道开发与管理 (2天)

## 1 引言

工业品企业，产品与技术并存，直销与渠道同在，工业品的渠道，与快消品的深、广、宽相比，具有自己明显的特性。因为工业品企业销售周期长，人脉关系依赖程度高，技术支持的作用明显，资金压力较大，所以工业品企业可以依托经销商，借助人脉管理，解决资金压力，解决售后服务问题，就成为迅速扩大销售额，增高市场占有率，提升品牌拉动力，增强企业发展的主要销售途径。

## 2 课程目标

针对公司渠道事业部的成员进行辅导，解决渠道开发与管理的如下问题：

- 1、快消品与工业品渠道的区别；
- 2、评估与审核经销商的标准重建；
- 3、与代理商如何进行有效谈判，来平衡厂商和代理商之间的管理，形成合力；
- 4、如何支持代理商的发展，培养代理商忠诚度；
- 5、如何有效的管理代理商，避免被代理商绑架。

## 3 课程收益

- 1、明确渠道经理的职责和工作目标，如何当好教练；
- 2、强化厂商和经销商的管理，深度合作，共同发展；
- 3、增强对代理商的支持和发展意识，培养代理商的忠诚度；
- 4、形成公司对代理商乃至对终端客户的技术、商务、供应链、服务四位一体的发展策略，形成公司的系统营销方案。

## 课程大纲

### 一、渠道如何规划

- 工业品渠道模式---长度、宽度和广度
- 工业渠道常见的六种类型
- 渠道发展的五个趋势
- 影响渠道规划的六个因素
- 评价渠道规划方案的三个原则
- 建立渠道评估系统
- 渠道规划的工具和具体方法

案例讨论：巴德富集团-渠道规划思路

### 二、挑选与审核代理商

- 影响代理商选择的因素分析

- 选择代理商时要了解的基本问题
- 选择代理商的四个基本思路
- 选择代理商的六大标准
- 代理商选择中可能遇到的问题-选择一家还是多家

- 考察代理商的实战动作
- 有效找到代理商的方法

案例讨论：久诺公司大区经理张国华的  
痛苦选择？

### 三、如何同代理商进行有效的谈判

- 如何与代理商不伤和气中，进行谈判？
- 如何争取更多的谈判砝码？

- 如果代理商要求降价，怎办？
- 如何针对不同的三类代理商进行谈判？

- 谈判达到双赢的关键？

案例：商务谈判的死胡同

#### 四、有效处理渠道之间的冲突

- 建立项目报备制
- 渠道冲突的类型
- 如何有效遏制价格竞争
- 有效避免恶性串货的六种方法
- 如何评价塞货的优劣

案例分析：经销商串货的真实案例

#### 五、制定代理政策来掌控代理商

- 制定销售政策四个原则
- 价格体系设计
- 三种返利政策
- 渠道掌控的目的
- 如何避免“客大欺店”
- 掌控代理商的五大策略
- 更换代理商的原则
- 更换代理商的五个准备

案例分析：更换代理商的风波

#### 六、有效的代理商管理

- 80/20 原则
- 工业品跨国公司管理客户的方法

案例分析：财务经理为何拒绝发货

#### 七、协助代理商争取市场份额的关键

##### A、对渠道的扶植与发展

- 代理商是如何赚钱的？
- 如何能够使他们赚钱更快？
- 我们为代理商提供的服务清单
- 市场代表如何培训代理商？
- 基于片区制的区域营销服务一体化

化

- 推行片区制和开展区域营销服务一体化工作的目标

##### B、协同代理商推进项目进展

- 发挥公司内部技术、市场部门的职责和功能

- 如何建立以客户为中心的服务体系

- 提升代理商的增值型服务能力

案例分析：服务促进二次销售

##### C、维持并发展代理商的忠诚度

- 何谓代理商的忠诚度
- 代理商忠诚度的价值
- 实施有效的代理商忠诚度管理
- 开展代理商忠诚活动的策略
- 代理商忠诚度的评估
- 从顾客槽中得到经验

案例分享：代理商的矩阵图