

## 《经销商市场开发与管理》

(标准版：12课时)

### 【课程收益】

- 1、了解区域市场分析和管理工作，学习开发区域的计划和实施步骤，掌握多种区域日常运作管理技能。
- 2、学习区域市场规划的关键要素与步骤，有效处理好四类市场：中心市场、重点市场、样板市场、目标市场。学会渠道规划与网点布局的具体方法。
- 2、学习筛选经销商方法与工具，并学会在企业发展的不同阶段，不同的市场状况下，选择不同的加盟商。
- 3、分析各种销售政策的利弊，学习在不同市场开发阶段，不同竞争的情况下，如何制定针对加盟商的销售政策？如何帮助加盟商制定针对零售终端的政策？
- 3、学会如何利用渠道有限资源，建立加盟商团队的方法，让加盟商全体员工死心塌地跟“党”走？
- 6、学习如何掌控加盟商的各种手段，并在此基础上，学习帮助加盟商拓展业务的方法。

### 【授课方式】

理念+方法+工具，小组互动、案例分析、游戏分享、角色演练

### 【授课对象】

销售经理

### 【课程纲要】

## 第一章、如何列出潜在加盟商名单

### 一、开发潜在经销商的意义

- 1、开发是勘探
  - 2、开发不是制造、说服、劝诱式销售
  - 3、有价值的、天然的经销商的标准
- ### 二、成功的区域经理都是会列名单的人
- 1、列名单是营销中最不受欢迎的人是最大的误解
  - 2、带你找出区域内一百家潜在加盟商
    - 2.1 A级潜在经销商—人脉丰富者
    - 2.2 B级潜在经销商—锐意进取者
    - 2.3 C级潜在经销商—有一定规模者
  - 3、塑造你个人价值—成为公司产品的活广告
  - 4、让潜在经销商对你感兴趣的方法
    - 4.1 如何在第一场会中回答具体问题
    - 4.2 建立第一良好印象的三种方法

## 第二章、如何与潜在经销商讲解合作模式

### 一、与顾客沟通赫尔佐模式的类别

- 1、一对一沟通讲解的要点
- 2、二对一沟通讲解的要点
- 3、招商加盟会的讲解要点

- 二、讲解合作模式的心态误区
- 三、有效讲解合作的五个步骤
  - 1、引起潜在加盟商的注意
  - 2、发掘他们的兴趣
  - 3、创造他们的欲望
  - 4、给他们一项决定权
  - 5、恭喜他们做了一次正确的决定

### **第三章、如何送一程与建立系统流程**

- 一、对加盟商持续跟进的重要性
  - 1、不持续跟进，加盟业务就会停顿
  - 2、给加盟商服务以及让他们满意是必须的
- 二、如何设计一个简单并成功的跟进系统
  - 1、你知道加盟商期待是什么吗
  - 2、如何运用你的跟进系统
  - 3、假如产品和服务是负面反应如何处理
- 三、如何管理两种类型经销商
  - 1、期待型加盟商表现情形
  - 2、追求型加盟商表现情形
  - 3、两种加盟商的基本差异
  - 4、两种加盟商管理的方法
- 四、经销商管理实践总结
  - 1、如何清除加盟商信念系统的障碍
  - 2、管理过程中最常犯的错误总结
  - 3、加盟商退出的根本原因总结

### **第四章、如何在区域市场建立咨询和检查的流程**

- 一、建立对上层虚心是经销商成功的秘密
- 二、如何有效处理经销商的异议
  - 1、不打无准备之仗
  - 2、借助团队的力量
  - 3、处理异议的六个步骤
    - 3.1 仔细倾听
    - 3.2 扮演侦探
    - 3.3 对此表示理解和感谢
    - 3.4 用故事的方法回应
    - 3.5 确认对方是否明白并取得认同
    - 3.6 给他们决定权

### **第五章、核心经销商的有效管理**

- 一、核心经销商开发的因素
  - 1、资金水平
    - 1.1 资金投入越多，投入市场费用越多
    - 1.2 市场项目的启动需要资金维持

- 1.3 良好的资金基础能吸引优秀人才
- 1.4 资金水平能一定程度上起到约束作用

## 2、零售网络

- 2.1 是否拥有多而优质的零售网络
- 2.2 是否有较为完整的零售渠道
- 2.3 是否具备好的陈列位置、面积和促销场地
- 2.4 是否对消费者客户有一定维护基础

## 3、管理水平

- 3.1 对公司、门店的管理水平
- 3.2 对供货商的管理水平
- 3.3 对零售网络的管理水平
- 3.4 对客户资源的管理水平
- 3.5 对运营策略的管理水平
- 3.6 对人员素质和能力的管理水平

分享：人员素质管理水平分析小技巧

## 4、对产品的态度

- 4.1 对产品的熟悉程度
- 4.2 对产品更新换代的适应能力
- 4.3 对产品销售的可行方案

## 5、基础设施

- 5.1 物流配送的车辆、人员
- 5.2 仓库的整理
- 5.2 办公地点、门店的选择

## 二、核心经销商的谈判签约

- 1、清晰产品品牌定位
- 2、选择合适的谈判地点
- 3、详细讲解内容及优惠政策
- 4、对提出的异议进行解答
- 5、价格谈判的七大策略

- 5.1 欲擒故纵
- 5.2 差额均摊
- 5.3 迂回战术
- 5.4 直捣黄龙
- 5.5 哀兵姿态
- 5.6 釜底抽薪
- 5.7 间接议价

实战演练：某加盟商虽然经过多次沟通，但仍然三番两次要求议价，分小组讨

论该采取哪种议价策略？如何进行谈判？

## 6、合同签订