

经销商的选择与管理

学习目标：

- 通过售点服务的四个方面了解不同的服务模式及其优缺点；
- 了解选择经销商服务的原则与建立双赢合作关系的目标；
- 学习选择经销商要考虑的七个要素及如何通过评估选择合适的经销商；
- 学习如何与经销商建立联合商业计划及经销商管理原则；
- 了解如何为经销商配置产品和管理安全库存；
- 学习如何设立经销商服务区域的覆盖率目标、销售目标和执行计划；
- 学习如何对经销商的销售人员进行执行管理和执行评估。

培训对象：销售/市场总监、销售经理/主任、市场经理/主任、渠道经理/主任、客户服务经理/主任、经销商管理经理/主任等

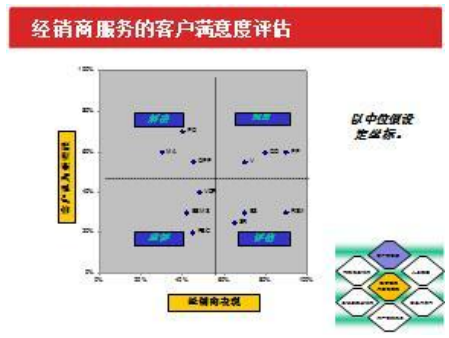
培训时间与方式：

- o 时间：2天
- o 方式：讲授、练习、角色扮演、案例研讨、讨论与分享

培训内容：

时间		培训内容	培训方法及演练
第一天	上午	第一章：服务模式比较与选择 1. 目标市场定位 2. 产品零售点服务的四个方面 3. 不同服务模式的优势与劣势 4. 为什么选择经销商服务 5. 与经销商建立立足于服务市场的双赢合作关系	1. 热身活动：选择学习伙伴； 2. 介绍市场及产品定位理论并例举；介绍市场定位三要素及目标市场定位原则；介绍市场细分及四方面特征；启发学员思考并列出现在市场的四方面特征 3. 介绍产品及服务定位方法及如何确定重点发展渠道；学员活动：对自己市场的四个方面进行定位分析； 4. 介绍市场定位流程；学员讨论产品销售及服务流程；介绍产品销售服务流程，引入售点概念及售点服务的四方面内容；学员活动：售点服务的四方面包含的内容； 5. 介绍售点服务四方面内容，引入服务模式概念：DSD与DSS； 6. 介绍有售点服务四方面组合不同而产生的不同服务模式；学员活动：各种服务模式的优缺点对比； 7. 启发引入第三方服务概念；学员活动：公司为什么要选择经销商服务模式？ 8. 介绍公司与经销商更新定位。
第一天	下午	第二章：经销商的选择与管理	1. 小组活动：经销商选择要素及管理内容 2. 概要介绍经销商选择七要素；

天		<ol style="list-style-type: none"> 1. 经销商的选择要素 <ul style="list-style-type: none"> • 经营模式与发展策略 • 网络覆盖能力 • 仓储及配送能力 • 零售客户满意度 • 与厂商的关系定位 • 销售人员配置 • 资金与信用情况 2. 联合商业计划 3. 经销商的管理原则 	<ol style="list-style-type: none"> 3. 启发思考：需要经销商有什么样的策略；介绍经销商服务模式及策略的内容 4. 启发思考：经销商多大网络适合；介绍经销商需要的网络覆盖能力； 5. 启发思考：经销商需要什么样的仓储配送能力；介绍仓储配送能力要求；学员活动：测算经销商运力要求； 6. 介绍客户满意度包含内容及如何进行客户满意度评估； 7. 介绍经销商与厂商关系定位原则及销售人员配置方法，学员练习人员配置测算 8. 启发思考对经销商的资金信誉要求，介绍要求内容； 9. 学员活动：经销商七要素综合评估与选择方法； 10. 介绍联合商业计划内容； 11. 了解与经销商合作中常见的问题；学员交流分享：如何解决经销商合作问题； 12. 介绍经销商合作执行管理的关键及原则
第二天	上午	<p>第三章：经销商产品配置与安全库存管理</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 经销商产品配置原则 <ul style="list-style-type: none"> • 原则一：按照产品市场定位 • 原则二：符合渠道消费者需求 • 原则三：符合公司发展策略 • 原则四：产品组合 2. 通路与市场价格管理 3. 经销商库存管理 <ul style="list-style-type: none"> • 进货周期与安全库存 4. 产品配送管理 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 介绍经销商产品配置四项原则并列举； 2. 学员练习：渠道消费者特征； 3. 学员活动：我的市场产品组合； 4. 学员活动：如何设定通路市场价格体系；介绍市场服务模型及价格体系并列举；学员活动：画出自己的价格体系； 5. 学员活动：经销商库存管理中遇到的问题、原因及如何管理？ 6. 介绍经销商产品进货周期及安全库存原则； 7. 介绍经销商库存管理系统并列举； 8. 介绍经销商配送管理要求；学员活动：经销商库存管理学习日志；
第二天	下午	<p>第四章：经销商售点覆盖与销售执行管理</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 售点覆盖目标与计划 2. 销售目标与计划执行 3. 销售人员配置 4. 零售点执行管理 5. 零售点激活 6. 销售执行评估 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 介绍经销商服务区域售点覆盖目标的设定方法； 2. 介绍目标设定的 SMART 原则与一般性原则； 3. 介绍如何设定业务发展目标、市场发展目标和客户服务目标并列举；学员活动：设定一项市场发展目标； 4. 介绍售点覆盖执行计划要求及经销商销售人员配置方法；学员练习：学员多少销售人员； 5. 介绍零售点执行管理要求；和计划拜访概念并列举； 6. 介绍零售点激活的六个关键因素； 7. 介绍销售执行评估的六个步骤；小组活动：执行评估座谈会； 8. 课程总结回顾



经销商的综合评估与选择

	备选客户名称	评估价格	优势项目	劣势方面	合作意向	风险提示
1						
2						
3						
4						
5						
	总结意见					

经销商产品配置四项原则



原则四：合理的产品组合



通路价格体系（例）



计划拜访八步骤（例）



售点激活的6个关键要素



学习日志

拜访前	拜访中
拜访后	拜访后