

## 渠道培育——经销商日常维护与管理

### 课程背景

1. 营销政策难以执行，，每月销量上不去，经销商信心起不来，叫我如何是好？
2. 大多渠道销售人员无法与经销商平等沟通，用笨拙方法压销售任务，经销商怨声四起怎么办？
3. 如何让各区域经销商紧跟品牌的发展，转变观念，听话合作，快速反应与有效执行？
4. 经销商没有忠诚度，朝秦暮楚，怎么办？
5. 经销商的热情不高，没有销售激情，怎么办？

### 课程目标

1. 明确渠道销售人员日常维护与管理工作的内容
2. 强化日常经销商维护的意识
3. 培养经销商的忠诚度，实现对客户的引导管理
4. 协作经销商做好提升业绩的工作，让经销商做大做强

### 课程对象

渠道销售人员、渠道销售管理人员等

## 课程时间

1-2天

## 课程方式

授课 40% (互动引导) + 小组练习 20% + 现场模拟演练 40%

## 课程大纲

### 第一部分 渠道的概述

### 第二部分 渠道销售人员的角色定位

- 一、企业的员工
  - 二、企业政策的传播者
  - 三、市场信息的反馈者
  - 四、客情关系的维护者
- 思考：如何建立良好的客情关系？
- 五、市场管理者与服务者

### 第三部分 经销商日常维护的重要性

- 一、 经销商日常维护的定义及重要性
- 六、经销商忠诚度的概念

## 七、经销商日常维护的原则

## 八、增加经销商忠诚度的具体方法

### 第四部分 经销商日常拜访前的准备工作

#### 一、 经销商档案建立

思考：经销商档案包含哪些内容？

## 九、经销商分级

思考：经销商数量多，时间精力应该如何分配？

### 1. 经销商分级方法

#### (1) 单一指标分级

#### (2) 多指标分级

## 十、拜访前信息的收集及整理

思考：我们拜访经销商前应该收集哪些信息？（行业、竞争对手、公司、经销商等）

思考：拜访前销售人员应该收集哪些销售数据？

## 十一、拜访目标的准备

### 1. 结果目标

### 2. 过程目标

## 十二、规划拜访对象和拜访路线

## 十三、预约经销商关键人

## 十四、销售工具的准备

## 十五、专业商务形象的准备

## 第五部分 经销商日常拜访的八大主要工作及技巧

### 一、 激励士气

思考：经销商的销售热情不高，没有销售本公司激情，怎么办？

思考：日常拜访中我们有哪些可以激励经销商（销售团队）合作士气的方法？

练习：如何激励经销商主推我们产品？

练习：如何激励经销商配合市场投入工作？

### 十六、业务指导

#### 1. 业务能力

#### 2. 管理能力

思考：经销商企业发展不同阶段业务指导的重点？

思考：如何做好经销商销售团队的产品培训？

思考：产品培训的课件应该包含哪些内容？

思考：如何检验培训的效果？（公司和培训对象）

思考：经销商公司管理能力低，没有渐进提升机制，怎么办？

### 十七、市场维护

思考：如何缩小经销区域？

思考：如何中止与经销商合作？

思考：经销商在申请价格优惠（特价）时要注意什么？

### 十八、技术服务

### 十九、信息收集

#### 1. 市场信息

#### 2. 经销商信息

思考：经销商需要回顾的销售目标？

思考：经销商销售目标没有达成，如何帮助经销商分析与解决？

### 二十、客情维护

思考：日常拜访中有哪些客情维护的手段？

思考：你觉得客户投诉对企业有什么意义？

思考：经销商投诉的原因？

#### 1. 正确处理客户投诉的原则

#### 2. 有效处理投诉的步骤和方法

思考：如果经销商提出的要求无法解决,怎么办

客户投诉处理的实战练习（设计相关案例安排学员现场演练）

#### 6. 预防系统，主动收集客户声音，加强客户对话

#### 7. 加强事后改善跟进，推动问题得到最终解决

### 二十一、协同拜访

思考：协同经销商销售人员去拜访意向用户，需要注意什么？

思考：如何做好成交用户的售后回访？

### 二十二、订单获取——拜访的终极目标

思考：渠道业务人员为什么要向经销商压货？

#### 1. 压货的三种手段

#### 2. 压货的注意事项

（全文完）