

# 渠道布局——经销商招商谈判与沟通技巧

## 课程背景

1. 你是否懂得根据自己公司的政策制定一套区域规划作战方案，进行区域市场开发？
2. 在经销商面前，你是经营实战专家吗？如果不是，经销商为什么要听你的？
3. 在经销商面前，初出茅庐的你，有信心与老江湖进行商务谈判吗？
4. 在经销商面前，你会成为受欢迎的人还是多余的人吗？

## 课程目标

1. 了解市场、渠道、经销商的相关概念
2. 掌握经销商招商的标准和流程
3. 掌握与经销商进行合作谈判的话术
4. 掌握与经销商沟通的方法和内容，提升沟通效率

## 课程对象

渠道招商人员、刚入职的渠道招商人员、渠道管理人员等

## 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

前言 互联网时代市场环境的变化

第一部分 市场营销的基础

### 一、市场的分类

思考：工业品市场与消费品市场的区别？

### 二、市场营销基础理论

思考：市场营销不同阶段的区别点？

### 三、市场营销 4P 组合

思考：渠道战略与营销战略、企业战略的关系？

### 四、营销渠道的基本常识

#### 1. 渠道的地位与作用

#### 2. 渠道的定义

#### 3. 渠道的类型

### 五、互联网时代渠道的发展趋势

思考：经销商与代理商的区别？

思考：工业品行业中间商类型有哪些？

思考：批发型经销商与终端型经销商？

第二部分 渠道的规划与设计

## 一、 区域市场背景分析——SWOT 分析工具 (PEST 分析)

练习：本公司市场 SWOT 分析

### 1. 目标区域市场的选择及科学规划

- (1) 利基性市场
- (2) 竞争性市场
- (3) 开发性市场
- (4) 发展性市场

思考：新创企业区域市场业务人员不足（短期）怎么办？

### 5. 渠道规划和设计的八大原则

思考：企业起步阶段如何实现渠道经济性策略？

### 6. 区域市场目标设定与分解

- (1) 数量目标：总量 覆盖率
- (2) 质量目标：标准要分级制定
- (3) 进度目标：分阶段合理分配

## 第三部分 经销商开发的步骤——开发前的准备工作

- 一、 销售心态的准备
- 二、 专业商务形象的建立
- 三、 编制经销商合同

1. 经销商合同的基本内容
2. 签订合同的程序

思考：如何掌控主导权的重要事项？

7. 合同生效日期约定
8. 销售能力约定：任务与排行
9. 销售网点约定
10. 新产品销售约定
11. 专销约定
12. 兑现返利约定
13. 销售竞赛优胜者约定

## 六、目标经销商的选择

思考：为什么选择经销商这么重要？谈谈你的经验？

思考：经销商实力是否越大越好，为什么？

1. 选择经销商的原则
2. 经销商选择的六大评估因素

思考：经销商选择标准的哪个要素更重要？

练习：我公司选择经销商的最佳标准？

工具：经销商评估表

## 七、目标区域市场策略制定

1. 区域市场信息收集
2. 区域市场信息分析
3. 区域市场策略的制定

## 八、经销商选择的途径

思考：我们有哪些寻找经销商的方法？

## 第四部分 经销商开发的步骤——经销商的陌生拜访

### 一、 进店观察，找准洽谈对象

思考：如果老板不在，你怎么办？

### 九、 亮明身份，创造良好氛围

#### 1. 自我介绍

思考：自我介绍后经销商就说“我们现在不需要”

思考：自我介绍后经销商就说“现在忙,没时间”

思考：自我介绍后经销商就说“你把资料放在这里吧”

#### 14. 赞美

工具：赞美的十大要领

#### 15. 寒暄

思考：不把天聊死的技巧有哪些？

思考：开场后如果客户问公司的政策，你会怎么办？

### 十、 提问调查，了解需求

#### 1. 发问的种类

(1) 开放式

(2) 封闭式

#### 16. “漏斗式”的提问模型

(1) 状况型提问

(2) 困难型提问

(3) 影响型提问

(4) 解决型提问

## 十一、如何介绍合作的好处打动经销商

### 1. FAB 公式——让你的介绍更生活化

思考：你觉得经销商合作时关心什么利益？

练习：写出如何用我们的优势来打消他的顾虑促成与我们的合作？

17. 安全的顾虑

18. 利润的顾虑

19. 如何透过证据说服经销商？

## 十二、如何处理经销商提出的异议

1. 现在市场太混乱，我们不做

2. 你们的价格太高了，用户买不起啊！

3. 现在是淡季，人影都见不到，我都不大想做了

4. 你们的产品太贵，人家 XX 品牌同样的产品比你的便宜多了？

5. 产品价格这么高，我需要投入这么多资金，什么时候可以赚到钱啊？

## 十三、首次拜访过程的注意事项

## 十四、推进合作取得进展的方法

思考：如何做好意向经销商到公司考察的工作？

### 第五部分 经销商开发的步骤——意向经销商的谈判磋商

一、 开拓经销商的三次访问原则

二、 意向经销商的拜访顺序

三、 谈判的准备

四、 磋商（讨价还价）时常见的分歧点？

五、 谈判的技巧

六、 让步的技巧

#### 第六部分 经销商开发的步骤——意向经销商的合作促成

一、 为什么要趁热打铁，尽快促成合作？

二、 如何促成合作？

三、 如何策反竞争对手的经销商？

四、 合同签订后的工作安排

思考：我们需要做哪些工作帮助经销商做好后续的服务，提升业绩？

（全文完）