

# 渠道为王——金牌医药经销商开发与管理技能训练

## 一、课程背景：

如何开发优质经销商？

合作初期，经销商的信心难以建立，经销商没完没了的向厂家要费用？

经销商总是抱怨厂家做的不够

经销商对厂家业务人员不够信任，俯视厂家销售人员

经销商固守经营，对渠道新拓展不热衷

经销商老板总抱怨没钱。。。。。

**经销商如何开发？管理什么？怎么管理？如何管理？**

由于厂商双方不同的背景和思维模式，导致厂商之间的理解不对称。因而导致市场常常出现以上经销商管理的常见问题。那么，面对当前市场越来越严重的：“产品同质化，投入同质化，品牌同质化”现象，新形势下的经销商开发与管理能否全新，能否实用？

“金牌经销商管理技能训练”课程的设计团队，持续服务跟踪众多行业经销商的综合技能提升训练，综合了多年的经销商运营管理经验，提炼出课程精髓，由“北京大学总裁班特聘讲师、《顶尖销售的秘密》作者何老师主讲，与您分享如何解决以上问题：

课程共分：经销商的“理”与“管”上下2篇，2个模块，多角度，多方位立体综合提升业务人员金牌管理经销商的技能。本课程主讲何老师，执业药师，曾经为：石药集团【20期】、江苏医疗器械协会、辉瑞制药、拜耳制药、中新药业、紫竹药业、哈药集团、国药控股、华润三九、修正药业、中国同辐、鱼跃医疗、以岭药业、东阿阿胶、威高骨科医疗器械、好医生、、仁和药业、正大天晴、万通药业、稳健医疗、陕西顺天医药、碧生源、九州通、金域检验、养生堂药业、扬子江药业、康恩贝、碧生源、养生堂、昆中药...”“一心堂、老百姓大药房、益丰、国药控股、丰原大药房、中山中智大药房、上海华氏大药房、海王星辰、漱玉平民、西安怡康、哈尔滨人民同泰、青岛百洋医药连锁、厦门宏仁医药、等医药企业长期返聘的精品训练课程，是一套难得的理论和实践相结合，具有很强可操作性的金牌课程！

## 二、课程收益：

本课程着重从经销商管理实际工作和所遇到的各种问题出发，结合商业心理学、营销管理、领导力等相关系统理论，全面揭示经销商管理日常工作的本质与问题的核心，并帮助学员：专业、系统、前瞻、实效的经销商管理、使学员完成一次对经销商经营管理知识系统化的自我提升。

掌握“一广撒网、二细观察、三探思路、四拟方案”医药渠道经销商开发四部曲；

掌握“一选、二帮、三激、四罚”医药渠道经销商管理四部法

## 三、课后工具：【课程结束后落地可执行工具】：

- 价值 1、经销商开发之说“说四层”FABE 工具
- 价值 2、经销商开发之问“问四层”提问工具
- 价值 3、经销商开发之客户异议化解四步法工具
- 价值 4、经销商的抱怨化解六步曲工具
- 价值 5、“一广撒网、二细观察、三探思路、四拟方案”医药经销商开发四部曲；
- 价值 6、一选、二帮、三激、四罚“医药渠道经销商管理四部法

**四、课程时间：**2 天，2 小时

**五、课程对象：**销售经理、销售主管、市场一线销售人员

**六、授课方式：**

- 1、多元化互动式教学，理论讲授 + 案例剖析 + 小组互动研讨 + 情境模拟，案例贴切于实际工作，讲解由浅入深、化难为易，通俗易懂易复制。
- 2、透过案例剖析与操作工具讲解，让学员结合自身工作进行检查与启发，让学员从“做”中了解到自己的不足以及需要改善注意的地方。



**七、课程模型：**

“靠，帮，教”经销商管理思维的三级跳



**九、课程大纲：**

导言：先理后管的市场影响力

换一种思路管理经销商——顾问式经销商开发与管理

**上篇：经销商开发技能训练**

引言案例：小张这样开发经销商为什么不成功？

“靠，帮，教”经销商开发管理思维的三级跳

**第一讲：开发经销商前的准备**

- 1、开发前的 3W 分析

- 2、透视经销商选择心理
- 3、经销商要什么，怕什么，我们可以给什么
- 4、找到我方要求的柱子，优势叠加
- 5、找到他方可能婉拒的柱子，“偷梁换柱”

## 第二讲：开发经销商的高效沟通能力训练

### 一、经销商高效沟通的四大要素

1：听三层 /三层听

说——主导技能训练

问：三从四压五问

动：高效沟通中同理心的建立

情景案例：初次拜访经销商，面对客户的提问，如何听话听音

2、沟通魔鬼定律

看视频，感悟沟通的“上提下压，左迎右合”技巧

情景案例：你会和经销商“说话”吗？

### 二、与经销商高效沟通3术

问问题的4原则

三从四压五问技巧

四层漏斗式提问套路设计

情景案例：开发经销商时，如何打破客户的观望心理？

### 三、经销商沟通的二大关键问题

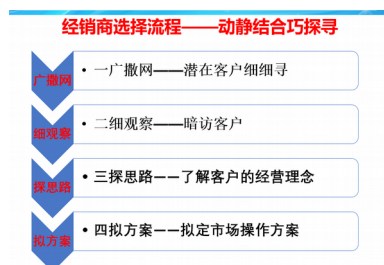
#### 1、两大根本性利益【品牌辐射利益及利润利益】

横向利益 /垂直利益：如何给经销商“钱”途

既得横向利益的深化：如何给经销商“前”景

垂直远景利益的扩大

## 第三讲：优质经销商的选择策略



### 一、选择优质经销商四步骤

- 1、一广撒网
- 2、二细观察
- 3、三探思路

#### 4、四拟方案

### 二、选择优质经销商的六大条件

- 1、实力（基础条件）
- 2、营销思路：（关键条件）
- 3、市场能力：（以往业绩）关键条件
- 4、管理能力：关键条件
- 5、口碑
- 6、合作意愿：先决条件

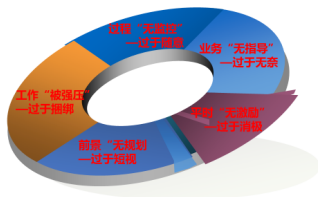
#### 问题讨论：经销商选择四忌

### 下篇：经销商的“管理”——经销商奖惩激励管理

#### 引言：经销商管理黑洞

#### 管控经销商的八字法——“一选二帮三激四罚”

经销商客户管理黑洞



### 第一讲：经销商管理之激励与制约管理——“软硬兼施”管理经销商

#### 一、经销商的激励管理——经销商“患得”管理

- 1、经销商会在哪些方面“患得患失”？  
三力联动 四点切入（借、造、乘、顺势）
- 2、管理经销商的“三心二意”  
同理心，同利心，同力心  
在意经销商的问题和感受——经销商的培训管理
- 3、经销商的分类管理

经销商分类管理



#### 二、经销商的制约管理——经销商“患失”管理

- 如何制约不听话的大牌经销商
- 情景案例：区域经理智斗大牌经销商

## 第二讲：经销商管理之日常维护管理

- 1、拜访经销商拜访原则
- 2、拜访内容：打破日常拜访的“三板斧”
- 3、拜访技巧 -六准备五必谈四原则三留意
- 4、拜访注意点

问题讨论：如何让经销商敬重并敬畏你？

方法：做经销商的“影子总经理”

## 课程总结

- A、重点知识回顾
- B、互动：问与答：就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

**备注：以上课程大纲为通用标准版，企业内训可根据企业实际问题调整定制**