

渠道为王——金牌经销商开发与管理

一、课程背景：

经销商越来越难管，越来越不听话？面对市场经销商管理常见的以下问题：

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营运管理经验，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。本课程经过数家企业的内外训实践，数万人的提升感受，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。

收益价值 1：经销商开发的“一广撒网、二细观察、三探思路、四拟方案”流程

收益价值 2、经销商开发之说“说四层”FABE 工具

收益价值 3、经销商开发之问“问四层”提问工具

收益价值 4、经销商开发之客户异议化解四步法工具

收益价值 5、经销商的抱怨化解六步曲工具

三、授课对象：销售主管、销售代表、市场一线销售人员

四、课程时间：2 天，12 小时

五、授课方式：

1、多元化互动式教学，70/30 原则(70%专家理论讲解、案例剖析、管理工具使用说明，30%学员互动研讨、角色扮演、实战演练)，从经销商开发管理流程场景模拟，层层解码，让学员感性+理性全方位感悟经销商开发与管理方法

及流程，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、课程大纲

“靠，帮，教”经销商管理思维的三级跳



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

情景演练：你会和经销商“说话”吗？

二、与经销商高效沟通 4 术

1、问表层

2、找伤口、

3、撒把盐、

4、给方案

情景案例：开发经销商时，如何打破客户的观望心理？

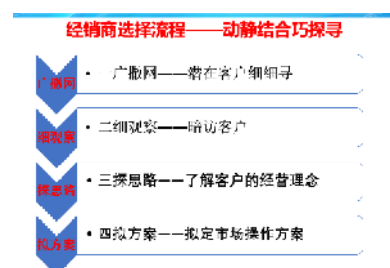
三、经销商沟通的两大关键问题

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

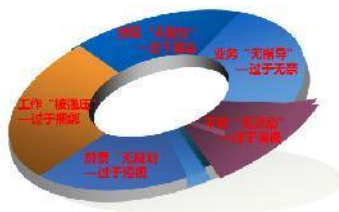
6、合作意愿：先决条件

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

经销商客户管理黑洞



管控经销商的八字法——“一选二帮三激四罚”

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



经销商分类管理



三、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：先市场再销售原则

2、日常拜访“市场信息收集、销售问题分析、公司政策解读“三板斧”运用

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