

金牌经销商核心能力提升—经销商如何做大做强

课程背景：

您因为经销商的从业人员受教育程度不高、变革意识薄弱，执行能力不强、管理水平不能够支持您的业务发展而担忧吗？

您希望经销商敬配您的专业水平而稳固您们之间的合作关系吗？

您希望在您的经销商大会上再创造一个亮点吗？

课程目标：

- 1、详细阐述会议营销管理的操作精髓
- 2、分析会议营销管理内训的经典个案
- 3、掌握会议营销管理的技能提升方法
- 4、会议营销管理培训的实战模拟练习
- 5、引爆会议营销管理潜力的行动方案
- 6、了解谁是决定购买的人
- 7、深知“找对人”的重要性
- 8、简单易懂，操作性强，学员可以学以致用

课程时长：2天

课程对象：

针对如何辅导经销商经营的课程，适合厂家、经销商共同学习

课程大纲：

第一章 做“营、盈、赢”的经销商

- 1、经销商发展的四级跳
 - (1) 中国经销商的生命周期
 - (2) 小店、大店、多店、连锁加盟店的四级跳
- 2、经销商思维的四级跳
 - (1) 经营者、管理者、教练、投资人
 - (2) 经销商思维与行动结果的辩证关系
- 3、经销商行为四级跳
 - (1) 开店、聚人才、建系统、广复制
 - (2) 领导者/挑战者/专攻者/跟随者

第二章 四轮驱动拉动经销商终端销售飞速发展

- (1) 品牌推广——让品牌在终端落地生根
- (2) 店员管理——打造高绩效职业店员
- (3) 销售服务——软性销售：服务式销售，销售中有服务
- (4) 促销活动——促销是终端拉动的“拉力器”

第三章 打造高绩效职业店员

1、高效管理的6大影响力武器

- (1) 互惠式让步
- (2) 承诺和一致性的惯性催眠
- (3) 社会认同原理
- (4) 喜好
- (5) 权威
- (6) 稀缺

2、店员团队激励管理关键点

(1) 门店团队及人员的目标激励

A.销售目标制定的“SMART”原则

B.分析目标、达成共识、方法辅导、正向激励

C.年度计划下的目标分解管理

(2) 从“阅人”到“悦人”——扬长避短找员工的激励点

A.支配强势型性格员工的高效激励

B.冲动表达型性格员工的高效激励

C.和气软弱型性格员工的高效激励

D.严谨冷静型性格员工的高效激励

案例讨论：你的制度是管人还是用人？

第四章 金牌门店销售技能提升训练

1、门店销售开场的吸引力法则

- (1) 直线直白式开场与曲线委婉式开场
- (2) 建立“三好吸引场”

2、用顾客听得懂喜欢听的语言解说产品

- (1) 有声有色有图画解说家居产品的感性价值
- (2) 有理有据有逻辑解说家居产品的理性价值

3、面对顾客异议巧打太极

- (1) 异议分类与管理
- (2) 面对顾客异议妙打太极
- (3) 建立异议库
- (4) 价格异议的四种应对方法

4、促单成交的收口术

(1) 是什么原因导致你的促单成功率不高？

A.产品本身因素

B.顾客本身原因

C.销售人员原因

(2) 成交的信号识别及时机把握

A.销售末期顾客的心理、语言特征

B.识别顾客表面购买信号——二看一听识别法

(3) 连带销售的四给成交法

- A.给信心成交法
- B.给价值成交法
- C.给诱惑成交法
- D.给障碍成交法

(4) 引导顾客关联购买

5、建立高绩效的店面销售模型

(1) 推动单店销量增长的 4 项关键 KPI 指标

- A.进店人数
- B.成交率
- C.购买件数
- D.平均单价