

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？

由“雄鹰营销创始人、资深实战策划人许大业老师主讲的《金牌经销商核心能力提升》，与您分享如何解决以上问题，分享经销商经营管理的高效四大武器，为您实现与经销商共赢打好坚实的基础。

课程结构：

通过分析经销商的现状和困境，高屋建瓴引发经销商共鸣；再结合市场发展趋势，为经销商的运筹帷幄、生意经营策略提供发展方向。

经销商要逐步建立或稳固自己的竞争优势，最终集中到如何更好的盈利挣钱。课程重点通过“经销商提升终端销量的“四轮驱动”营销器及推动终端门店销量增长的4项关键KPI指标”

深入讨论通过对影响经销商业绩因素的客观分析，发掘影响业绩的潜在因素，挖掘经营潜质，开拓经销商专卖店营销蓝海！，帮助经销商拓展市场、提升厂商产品的市场占有率，实现厂商共赢！

课程时间：2天，6小时/天

授课对象：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：

第一讲：做“营、盈、赢”的经销商

一、经销商发展的四级跳

中国经销商的生命周期

小店、大店、多店、连锁加盟店的四级跳

二、经销商思维的四级跳

经营者、管理者、教练、投资人
经销商思维与行动结果的辩证关系
三、经销商行为四级跳
开店、聚人才、建系统、广复制
领导者/挑战者/专攻者/跟随者

第二讲：四轮驱动拉动经销商终端销售飞速发展

导言：提升门店销量的“四轮驱动”营销器
品牌推广——让品牌在终端落地生根
店员管理——打造高绩效职业店员
销售服务——软性销售：服务式销售，销售中有服务
促销活动——促销是终端拉动的“拉力器”

第三讲：打造高绩效职业店员

一、高效管理的 6 大影响力武器

——美国著名心理学家西奥迪尼的 6 大影响力解密

- 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

视频分享：《建国大业》，总结高效管理的“上提下压，左迎右合”技巧

课堂演练：《落叶归根》感悟 6 大影响力在管理中的高效运用

二、店员团队激励管理关键点

- 1、门店团队及人员的目标激励
销售目标制定的“SMART”原则
分析目标、达成共识、方法辅导、正向激励
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

支配强势型性格员工的高效激励

冲动表达型性格员工的高效激励

和气软弱型性格员工的高效激励

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？

第四讲：金牌门店销售技能提升训练

一、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”

情景案例：门店销售的6个经典开局讨论

二、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

——用 FAB 解说产品逻辑打动顾客

课堂训练：企业产品的 FABE 价值训练【为企业产品量身定制】

三、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

案例讨论：这款再便宜 200 元我就要了，否则我到别人家去买了！

面对顾客以上异议如何接招？

四、促单成交的收口术

——成交落锤的时机与方法

1、是什么原因导致你的促单成功率不高？

产品本身因素

顾客本身原因

销售人员原因

2、成交的信号识别及时机把握

销售末期顾客的心理、语言特征

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

给信心成交法

给价值成交法

给诱惑成交法

给障碍成交

课堂训练：成交落锤4法训练

4、引导顾客关联购买

五、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

进店人数

成交率

购买件数

平均单价

课程总结

备注：有任何细节咨询欢迎与我联系沟通。