

# 经久不息

## ——经销商管理实战技能提升

### 课程背景：

经销商（代理商）作为企业的合作伙伴，不仅可以让企业借力其当地资源，迅速扩大市场，还可以分担企业经营压力，规避企业经营风险。选对了经销商，企业就成功了一半！但选错了经销商，市场就会死一片！经销商对当地市场的影响是绝对的！但经销商的选择，又充满了矛盾，有实力的经销商，往往经销的产品品类多，容易把你当成替补队员；没实力的经销商，又担心他做不起来。如何选择经销商，又怎么维护，实在是个技术活！这也是本课程重点解决的问题。本次培训致力于解决以下问题：

- 经销商选择的标准是什么？
- 怎么找到可以合适的经销商？
- 经销商开发的步骤是怎样的？
- 如何展示自己企业及产品的优势，吸引经销商？
- 如何和经销商洽谈，让其感兴趣？
- 怎么搞定心仪的经销商，让他经销你的产品？
- 如何制定适合市场的经销商政策？
- 怎样激励经销商，让经销商出业绩？
- 如何维护经销商，让其稳定运行？

### 课程特色：

**有实战** 课程无实战，浪费一大半。课程的案例设计结合实战，启发促动联系实战，学习演练应用实战，真正让课程做到从实战中来，到实战中去。

**有意思** 课程太平淡，又失败一半！本课程采用幽默案例、时事新闻案例、与学员紧密相关的案例等方式，让课程生动有吸引力。

**有深度** 底层逻辑决定上层建筑。分析问题，一定要分析到底层逻辑，这样才能揭示问题本质，从根本上解决问题。

**有落地** 不能落地的多是忽悠！我的课程会教给学员使用工具、模型进行实操演练，甚至可以在课堂上，即对所遇到的问题进行分析，制定出改善方案。

**课程时间**：2天，6小时/天

**课程对象**：销售员、业务经理、销售经理、销售主管等基层销售及管理人员；销售部长、销售总监等分管销售的中高层管理者等，工业品企业营销体系中，实战技能应用者。

**适用范围**：电子及机械设备、软件、专业服务、元器件、安防工程、中央空调等 B2B 工业品行业中，以经销商（代理商）的渠道销售为主要销售形式的企业

## 课程大纲

开篇：销售培训悖论

第一讲：工业品经销商的特性及选择标准

### 一、工业品的特性解读

#### 1. 认知工业品

**案例解析**：医疗设备一定是工业品吗？

#### 2. 特性决定的经销商

**课堂互动**：工业品与消费品有什么区别？

## 二、经销商选择标准模型

### 1. 经销商的选择标准

**课堂互动：**理想经销商的特征

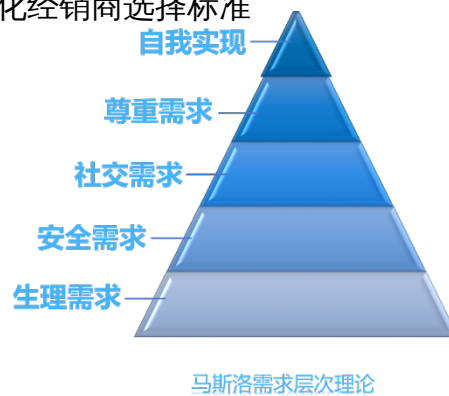
### 2. 经销商选择标准模型 WAR

**应用演练：**应用 WAR 模型制定及明确化经销商选择标准

## 第二讲：工业品经销商的开发

### 一、经销商开发四步骤

1. 制定标准
2. 收集商机
3. 开发洽谈
4. 合作促成



### 二、经销商选择标准模型

1. 经销商选择的目标与原则
2. 经销商选择模型 SEG-WAR

**应用演练：**应用 SEG-WAR 模型制定某区域经销商的最低选择标准

3. 逆向思维制定实战标准

## 第三讲：工业品经销商的商机收集

### 一、经销商从哪里来

1. 本行
2. 近行
3. 跨行

## 二、经销商如何来

### 1. 被动招商六法

企媒坐商 传媒广商 行媒引商 新媒吸商 会媒召商 展媒等商

### 2. 主动寻商七招

走访、行会、同行、逆行、转介、内部、挖角

## 第四讲：工业品销售政策的制定

### 一、工业品经销政策的十三要素

1. 区域界定
2. 产品界定
3. 商务政策
4. 价格政策
5. 返利政策
6. 样品政策
7. 促销政策
8. 宣传政策
9. 样板政策
10. 服务政策
11. 培训政策
12. 协同政策
13. 约束条款



### 二、经销商政策制定策略

1. 优势策略

2. 激励策略
3. 合作策略

**应用演练：**应用激励策略，制定目标市场的经销商政策

## 第五讲：工业品经销商的开发洽谈

### 一、企业及产品优势展示

1. FABE 法展示优势

**课堂互动：**成功的广告有什么特征

2. 在沟通中展示优势

**应用演练：**应用 FABE 包装本企业或展品的优势

3. 优势呈现

间接呈现 简洁呈现 场景呈现 故事呈现



### 二、经销商开发的情报收集

1. 收集情报的五维原则

**案例分析：**高手是怎么收集情报的？

**课堂互动：**销售失利的情报因素

2. 望、闻、问、切收集情报

### 三、经销商的开发谈判

1. 厘清谈判目标
2. 算清谈判实力
3. 备清谈判技巧

**课堂互动：**工业品与消费品有什么区别？



## 第六讲：工业品经销商的合作促成

### 一、经销商合作促进方式

1. 招商会议
2. 企业会议
3. 逆向拉动
4. 榜样拉动

### 二、经销商合作促成策略

1. 优势促成法
2. 优待促成法
3. 假定成交法
4. 利益促成法
5. 趁热打铁法
6. 情感促成法

## 第七讲：工业品经销商的激励与维护

### 一、经销商的激励

1. 政策激励
2. 情感激励
3. 精神激励
4. 榜样激励
5. 支持激励
6. 负向激励

### 二、经销商的维护

1. 守住公司红线
2. 注重客户需求
3. 拉近客户距离
4. 助力业务拓展
5. 增强合作信誉

**案例分析：** 贫困的鲁西南经销商，是怎么突破千万的？

**落地演练：** 制定维护计划

**全篇总结**

——互动问答环节——