

---

# 工业品营销渠道开发和管理

## 【课程大纲】

### 一、渠道如何规划

工业品渠道模式---长度、宽度和广度

工业渠道常见的六种类型

渠道发展的五个趋势

影响渠道规划的六个因素

评价渠道规划方案的三个原则

建立渠道评估系统

渠道规划的工具和具体方法

案例讨论：卡特彼勒和小松渠道规划思路

### 二、挑选与审核经销商

影响经销商选择的因素分析

选择经销商时要了解的基本问题

选择经销商的四个基本思路

选择经销商的六大标准

经销商选择中可能遇到的问题-选择一家还是多家

考察经销商的实战动作

有效找到经销商的方法

案例讨论：大象公司大区经理张国华的  
痛苦选择？

### 三、如何同经销商进行有效的谈判

如何与经销商不伤和气中进行谈判？

如何争取更多的谈判砝码？

如果经销商要求降价，怎办？

针对不同的三类经销商进行谈判？

谈判达到双赢的关键？

案例：谈判五大情景

### 四、有效处理渠道之间的冲突

建立项目报备制

渠道冲突的类型

如何有效遏制价格竞争

有效避免恶性串货的六种方法

如何评价塞货的优劣

案例分析：经销商串货的真实案例

### 五、制定代理政策来掌控经销商

制定销售政策四个原则

价格体系设计

三种返利政策

渠道掌控的目的

如何避免“客大欺店”

掌控经销商的五大策略

更换经销商的原则

更换经销商的五个准备

案例分析：更换经销商的风波

### 六、有效的经销商管理

80/20 原则

工业品跨国公司管理客户的方法

案例分析：财务经理为何拒绝发货

### 七、协助经销商争取市场份额的关键

#### A、对渠道的扶植与发展

经销商是如何赚钱的？

如何能够使他们赚钱更快？

我们为经销商提供的服务清单

市场代表如何培训经销商？

基于片区制的区域营销服务一体化

推行片区制和开展区域营销服务一体化工作的目标

#### B、协同经销商推进项目进展

发挥公司内部技术、市场部门的职责和功能

如何建立以客户为中心的服务体系

提升经销商的增值型服务能力

案例分析：服务促进二次销售

#### C、维持并发展经销商的忠诚度

何谓经销商的忠诚度

经销商忠诚度的价值

实施有效的经销商忠诚度管理

开展经销商忠诚活动的策略

经销商忠诚度的评估

从顾客槽中得到经验

案例分享：经销商的矩阵图

---