
区域市场开拓与经销商管理

【学习目标】

- 渠道结构的分析与规划
- 对渠道开拓与发展的四个步骤
- 对渠道进行有效管理的措施
- 对渠道有效扶持的手段与方法
- 建立方正分销商关系并发展方正分销商的忠诚度

【课程大纲】

一、渠道策略篇

1、全面认知行业渠道市场

- 渠道管理发展的历程与 4P；
- 市场“赢销”的关键因素是什么？
- 渠道的定义与建立的四项原则；
- 渠道的价值分析
- 各种成功的渠道运作模式

案例讨论：公司在中国的渠道发展与未来

脑力激荡：现代营销管理中 4 P 是否可以代替 4 C

2、分销商对渠道的影响力

- 上下游关系：谁是谁的衣食父母？
- 20/80 法则与方正分销商管理；
- 方正分销商在企业的定位与选择；
- 我们和渠道商之间必须要有分工
- 方正分销商在企业是赢利的动力；

游戏体验：80 万向谁借？

3、进行渠道规划与发展是关键

- 渠道结构的设计
- 渠道层级的设计
- 渠道成分的设计
- 渠道职能的设计
- 渠道的评估系统

案例分享：方正的渠道建设

4、对分销商的渠道发展策略

- 方正分销商的分析
- 建立方正分销商的档案
- 用 SWOT 分析你的情况
- 制定行动的计划

讨论：SWOT 工具的运用

二、分销商开拓篇

1、拟定分销策略

- 影响方正分销商选择的因素分析

2、挑选与审核分销商

- 选择方正分销商时要了解的基本问题
- 分销商的五项选择管理
- 分销商选择中可能遇到的问题-选择一家还是多家？

3、识别分销商

- 识别适当的分销商时的表格运用
- 分析分销商的需求在哪里？

4、达成合作关系

- 制定及运用贸易条款
- 一般情况下给予的信贷
- 如何提供信贷便利
- 合同样本
- 分销商的筛选过程

三、分销商管理篇

1、对分销商的管理

- 为什么要把业务转交给分销商
- 分销商的看法与供应商的局限
- 分销商眼中的好厂商及合作伙伴
- 分销商是如何看待供应商的销售人员
- 定期审核方正分销商的方法

2、对渠道的扶植与发展

- 分销商是如何赚钱的？
- 如何能够使他们赚钱更快？
- 我们为渠道商提供的服务清单
- 对渠道的促销组合
- 市场代表如何培训渠道商？
- 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
- 渠道营销主动权从渠道商向方正转移的策略图

3、典型的渠道冲突与价格

-
- 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
 - 4、提升沟通能力促进市场份额**
 - 方正分销商关系发展的四种类型
 - 方正分销商关系发展的五步骤
 - 四大死党的建立与发展
 - 忠诚分销商有四鬼是如何形成的
 - 销售风格的测试与解说
 - 如何调整自己的风格来适应方正分销商

四、渠道服务篇

1、渠道的服务

- 渠道分销商需要的服务
- 服务带给分销商的价值在哪里？
- 我的选择：绩效与满意度
- 二者之间的关系

2、渠道对企业绩效的分析

- 对销售的贡献

- 对利润的贡献
- 分销商的能力
- 分销商的服从度
- 分销商的适应能力
- 分销商对增长的贡献

案例：绩效分析的方法

3、渠道成员服务水平顾客满意度评估

- 顾客满意的重要意义
- 决定顾客满意度的因素
- 解决现有经销问题的策略
- 保持通路成员的忠诚度

讨论：满意度与忠诚度之间的关系

4、如何与分销商建立伙伴关系

- 管理分销商的五条原则
 - 供应商的销售人员所需的技能
 - 方正分销商的销售人员所需的技能
 - 如何为方正分销商的业务增值
 - 改善方正分销商关系的有效途径
-