

# 经销商管理(共二天)

## 课程简介:

在当今市场经济活动中，营销经销商决策是企业管理层所面临的最富有挑战 and 最重要的决策之一。因此一个企业所选择的经销商经营模式将直接影响所有其他营销决策。营销经销商亦常常被称之为销售通路，它是生产经营性企业一项关键性的外部资源，其重要性不亚于企业其他关键性的内部资源。

所以本课程从营销经销商的基本概念解析，提供经销商管理工具，引导学员结合其业务具体特点，设计建立可行的经销商模式和制定完善经销商管理的体系，既要考虑到今天的销售实际环境，也要着眼于明天的业务发展趋势。从而使学员熟悉整个决策和运作过程，便于在实际操作中准确地把握和精彩实践，为了使组织通过经销商网络之优势实现收益的最大化。

整个经销商管理共有四个单元十一个步骤，从公司的整体策略开始，进行市场分析决定渠道的切入方式、筛选经销商的方式、如何寻找经销商、如何向潜在经销商进行简报、签约后的管理方式，到最后的渠道冲突和如何激励经销商。每一个阶段都有提供工具，并透过活动让学员学习如何使用。

## 课程目标:

1. 向学员介绍经销商的基本特征和功能。
2. 让学员掌握经销商网络的选择和建立。
3. 使学员提升对营销通路管理和掌控的能力。
4. 提供操作性强的经销商评估和管理的工具。
5. 建立经销商管理体系，并激励经销商。

## 课程安排

### 第一天

#### 第一单元 经销商管理的关键观念

1. 什么是渠道
2. 渠道的演变
3. 为什么生产商/最终使用者需要渠道
4. 生产商对于渠道商的重要性，要如何分析
5. 经销商需要什么样的生产商
6. 如何选市场覆盖策略
7. 渠道经营失败的原因

8. 渠道设计流程的 11 步

9. 核实新渠道的需求

活动：讨论市场覆盖策略的选择

## 第二单元 市场分析

1. 进行大环境的分析，寻找销售商发展的限制和机会，用这分析作为经销商管理的基础。

2. 竞争者分析的三个步骤

3. 消费者分析

活动：

1. 大环境的变化对于我们的影响

2. 差异点分析

## 第三单元 筛选及招募经销商

1. 渠道建设失败的原因

2. 筛选及招募经销商

3. 经销商筛选条件

4. 寻找潜在经销商的途径

5. 招募被确认的潜在经销商的五个步骤

6. 整理你的渠道政策

7. 确定公司的支持

8. 如何对潜在经销商做有力的简报

9. 签订合同及建立关系

活动：

1. 经销商的筛选表

2. 寻找潜在经销商

3. 制定渠道政策

4. 进行潜在经销商的招募简报

## 第二天

## 第四单元 经销商管理

1. 基本理念

2. 新经销商启动

3. 建立伙伴关系的五个法则
4. 四种有效的经销商沟通方式
5. 发展经销商共同生意计划及流程
6. 如何说服经销商承诺销售量

活动：

1. 检视目前的新经销商的启动程序
2. 制作渠道咨询会议的提案
3. 选择经销商简报的图表
4. 进行 JBP 的会议模拟

## 第五单元 渠道冲突处理和激励措施

1. 渠道冲突管理
2. 经销商激励措施
3. 推的策略 (Push)
4. 拉的策略 (Pull)
5. 培训活动

活动：

1. 设计你的年度经销商激励活动
2. 设计经销商项目启动计划

学习对象及人数：

- 各级销售业务主管，有经销商的销售业务代表。
- 市场营销策划主管，市场营销推广代表。
- 每期学员以 20 人为宜。