

# 海外经销商（代理商）开拓与管理

## 课程背景：

海外经销商开发与管理培训课程以海外经销商的基本常识介绍入手，分析介绍了中国企业走出国门，对于海外经销商开发管理的不同策略及经验，帮助企业了解海外市场运作过程中，对于以经销商为核心的销售策略具体如何运用，认清可能面临的主要问题以及学会如何应对。全课程的培训内容始终穿插着大量丰富的实际案例和分析，以帮助学员更加清晰的了解和学习海外经销商开发和管理的內容和方法，以及如何更好的寻找新的市场突破点并进入。

**课程时间：** 2天，6小时/天

**课程对象：** 与海外市场业务开发相关联的公司高层管理者及骨干员工

**课程方式：** 讲演结合、案例丰富、全程互动、情景操练

## 一、海外经销商的开发流程与拓展策略

### 1. 海外经销商开发基本常识

如何正确认识海外经销商与厂家的关系

海外经销商的类型及其合作特点

如何建立以经销商为核心的销售策略

### 2. 开发海外经销商前的准备

1) 做好充分的市场调查

2) 区域市场规划及目标设置

3) 企业本身优势的提炼

### **3. 如何选择适合本企业的海外经销商**

1) 选择海外经销商的标准

2) 海外经销商分级制度的确定

3) 海外经销商与本企业的匹配程度

### **4. 海外经销商开发的流程及关键点**

1) 海外经销商成长的不同阶段和需求

2) 海外经销商的开发流程

3) 如何与海外经销商进行有效沟通

4) 与经销商的商务谈判

5) 售后服务协议的签定

### **5. 海外经销商开发过程中的风险点和防范措施**

1) 财务方面的风险

2) 市场方面的风险

3) 运营方面的风险

4) 法律方面的风险

6) 风险防控思路

**案例分析+现场互动**（讲师进行案例讲解后，学员提出现实中遇到的问题点，针对问题点进行分析讨论）

## **二 . 海外经销商的管理策略**

## **1. 海外经销商的管理内容**

- 1) 为什么要进行经销商的管理
- 2) 海外经销商客户关系维护管理
- 3) 海外经销商的价格及销售渠道管理
- 4) 对经销商的营销管理和支持策略
- 5) 对经销商业绩的考核机制

## **2. 海外市场经销商的激励与惩罚措施**

- 1) 海外市场经销商究竟关注什么？
- 2) 对于海外经销商的激励措施和具体的运用
- 3) 海外经销商执行特定的贸易功能后的价格折扣激励
- 4) 对特定经销商的广告支援
- 5) 对于不合格经销商的关系处理

## **3. 如何化解海外经销商之间的冲突**

- 1) 同区域海外经销商业务冲突协调
- 2) 如何面对经销商投诉与抱怨
- 3) 经销商忠诚度建设与维护

## **4. 海外经销网络运营**

- 1) 积极构建国际经销网络
- 2) 提高营销人员对经销商的服务意识

**案例分析+现场互动**（讲师进行案例讲解后，学员提出现实中遇到的问题点，针对问题点进行分析讨论）

### 三. 海外市场拓展进阶---如何寻找突破点

确认自身瓶颈所在

- 1) 资金及投入方面的问题
- 2) 品牌知名度和美誉度降低
- 3) 产品同质化
- 4) 销售及利润的降低
- 5) 同竞争对手之间的差距分析

对目标市场的进一步分析

- 1) 波特五力工具的应用
- 2) 市场的进一步细分
- 3) 寻找新的细分市场进入

制定差异化策略

- 1) 品牌定位及营销手段的刷新
- 2) 产品力的创新
- 3) 服务体验提升

**互动：**请学员提出在开发和管理经销商过程中遇到的问题，分组讨论解决方案，

**最后老师点评并给出建议。**