

## 《赢在网络——渠道销售管理》

面对一个区域市场，如何贯彻和执行公司的渠道策略是摆在渠道销售人员及销售经理面前的一个首要和重要问题，这就要求渠道销售人员必须拥有结构化的渠道管理的系统知识和面对代理商合作共赢的专业销售技巧，本次课程将围绕此问题进行具体展开，涉及的模块包括区域渠道市场的规划、渠道成员的甄选与谈判、渠道成员的动态管理、针对代理商的服务四大部分。

区域市场是一个微观市场，是众多厂商终端控制能力的激烈竞争之所，销售人员首先要对整个区域市场的渠道成员进行规范合理的分类，了解各种类型代理商在渠道体系中的价值和地位，随后进行区域市场的规划，确定区域市场渠道的结构、层次、职能，经过此部分的训练，参训人员将能够在错综复杂的区域环境中搭建系统的区域渠道体系，形成明确的套路。

由于渠道成员成分复杂，必须要进行有效的甄别，找到适合公司发展需要和能够进行全力产品推广的代理商显得尤为关键，因此接下来将进行代理商的甄选和接触的具体技巧的训练。内容包括如何建立甄选标准并能够为代理商规划出一条能够长足发展的“阳光大道”，使其树立长期合作的信心与愿望。建立标准是为了树立标杆，接近代理商的过程需要渠道销售人员专业而娴熟的销售技巧，代理商一般整体规模不大、资金有限、技术力量较薄弱、所代理的产品种类也较复杂，如何引起目标代理商的兴趣、如何取得其信任从而促进合作、如何与代理商进行谈判等内容是本段落培训重点训练的重点部分。

代理商签约以后才是真正合作的开始，终端的竞争是异常激烈的，代理商为了能够获得更多利润，一面不断向厂商诉苦、争取政策，抱怨“出的是牛马力、挣的是分分钱”；另一面却又在私下低价销售，甚至地区间串货的现象极为严重。为了能够更好地规范区域市场，必须对现有代理商进行系统考评、抑制恶性杀价和跨区销售，从而实现对其进行规范和约束，同时激励代理商，帮助其度过业务低潮，体现对代理商的人文关怀和希望共同成长的愿望。

厂家之间针对渠道市场的竞争，实际就是针对代理商的服务和管理的竞争，在这两个方面上，服务与管理一同重要。我们发现，在合作的过程中导致综合实力不俗的代理商最终选择了放弃原来的合作厂商，重要原因往往不是因为产品、也不是因为利润不够，而是当地销售人员的服务意识和水平，无法与他们的对手竞争。因此本段落的训练从代理商的关键需求出发，依据专业调研的数据，系统阐述如何实施针对渠道伙伴的服务，使公司和代理商企业在双赢的基础上共同发展。



### 课程特色:

1. 提供精心提炼后的渠道管理与销售技能的核心和精髓，而不是综合的面面俱到；
2. 摒弃学院式教育追求的“大而全”的传统，用最短的时间学到最实用的知识；
3. 注重系统化培养和训练，强调规范操作和现场演练，突出实战型特色。

### 课程目标:

通过本次课程的训练，销售人员将在以下方面得到提高:

1. 掌握渠道销售的基本概念和渠道规划的关键步骤，并了解渠道结构调整时的注意问题；
2. 掌握建立代理商甄选标准的思路，了解发展代理商的六个关键步骤，通过训练使其具备接近大代理并取得信任的技巧；
3. 掌握针对代理商的系统的考评办法，并学会如何在刚性的考评结构下，进行因地制宜的变通；
4. 掌握激励代理商的四种办法，帮助代理商度过业绩低潮；
5. 掌握抑制恶性杀价和跨区销售的六种策略，了解六种典型代理商的针对性处理方式；
6. 系统了解代理商的关键服务需求，掌握如何在售前、售中、售后三个关键环节上满足代理商的服务需求；
7. 掌握与代理商老板进行对位沟通的技巧和方法；
8. 掌握系统分析和提升代理商销售职能的方法；
9. 了解帮助代理商培训销售队伍的关键步骤。

### 课程内容:

#### 一、销售渠道管理概论

- 现代营销与渠道的关系
- 厂家与渠道双方需求的差异性
- 渠道销售经理的管理内容
- 渠道销售经理如何与销售渠道建立伙伴关系
- 销售渠道的三个管理目标

#### 二、区域渠道市场的规划

- 渠道成员的分类
- 规划渠道市场的关键步骤



- 如何确定渠道的结构、层次、职能
- 案例分析：正确规划对区域渠道的销售的影响
- 练习：如何规划自己当前的区域渠道市场

### 三、代理商的甄选与开拓

- 区域代理商甄选数据库的建立
- 如何接近目标代理商
- 如何取得代理商的信任
- 代理商所关注的关键问题解析
- 如何引发代理的兴趣

### 四、代理商的谈判和签约

- 代理商的甄选晋级
- 有效的代理谈判进程
- 关键十项谈判技巧的组合运用
- 代理合同的签订
- 案例分析：代理商的加盟过程

### 五、代理商的动态管理

- 代理商评分表的使用
- 代理商巡查表的使用
- 如何有效的评价代理商的价值
- 代理商业务低潮时的处理
- 如何有效处理代理商的抱怨

### 六、渠道市场的控制和调整

- 如何有效遏制价格竞争
- 有效避免恶性串货的六种方法
- 典型的六种代理商角色分析
- 如何对代理商进行必要的调控
- 更换代理时应注意的问题

### 七、代理商的服务需求解析

- 解读代理商的关键服务需求
- 代理商的服务需求排序
- 如何从程序上满足代理的服务需求



→有效实施售前、售中、售后服务需求的方法

## 八、代理商销售能力的促进

→针对代理商销售职能的分析

→如何有效促进代理的销售能力

→如何有效的帮助代理训练销售人员

→如何帮助代理做好产品培训

### 课程对象:

一线销售人员,一线的销售经理,二线的销售经理

### 课程时间:

两天