

经销商管理(开发与管 理)某快消品公司课件



目录

- 经销商开发
- 经销商培训
- 经销商激励
- 经销商日常管理
- 经销商关系维护
- 经销商绩效评估与优化

contents

CHAPTER

01

经销商开发



经销商选择标准



01

市场规模匹配度

选择与公司目标市场相匹配的经销商，确保产品能够覆盖目标客户群体。



02

财务稳定性

评估经销商的财务状况，确保其具有足够的资金和稳定的收入来源，以支持业务发展。



03

渠道覆盖能力

考虑经销商的销售网络和渠道覆盖范围，以确保产品能够进入各类销售渠道。



04

合作意愿与态度

选择具有积极合作意愿和良好商业道德的经销商，以确保合作的顺畅和长期稳定。

经销商开发流程

市场调研

对目标市场进行深入调研，了解客户需求、竞争对手情况以及经销商网络现状。



潜在经销商筛选

根据市场调研结果，筛选出符合公司需求的潜在经销商。

初步接触与沟通

通过电话、邮件等方式与潜在经销商进行初步沟通，了解其合作意向和需求。



商务洽谈与合同签订

双方就合作细节进行深入洽谈，达成一致后签订正式合同。

经销商合同签订

明确合同条款

在合同中明确双方的权利和义务、销售目标、价格体系、结算方式等关键事项。



合同期限与续签

设定合理的合同期限，并约定续签条件，以保持合作的连续性和稳定性。



违约责任与争议解决

明确违约责任和争议解决方式，降低合作风险。



合同签署与归档

双方签署合同，并妥善保管合同原件，以便日后查阅和监督执行。



CHAPTER

02

经销商培训

产品知识培训



产品特性

详细介绍产品的特点、优势和使用方法，使经销商充分了解产品特性，提高销售效果。



市场定位

明确产品的市场定位和目标消费者，帮助经销商更好地把握市场需求和竞争状况。



销售技巧培训

销售技巧

教授有效的销售技巧和方法，如如何与客户沟通、如何处理异议等，提高经销商的销售能力。

销售策略

制定适合经销商的销售策略，如促销活动、渠道拓展等，帮助经销商更好地开展销售工作。

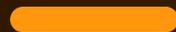




售后服务培训

服务流程

介绍售后服务流程和标准，确保经销商能够为客户提供及时、专业的服务。



问题解决能力

培养经销商的问题解决能力，使其能够快速应对客户投诉和解决各种售后服务问题。



CHAPTER

03

经销商激励



销售目标激励

设定合理销售目标

根据市场情况和经销商能力，设定可实现且具有挑战性的销售目标，激发经销商的积极性。



目标奖励制度

为达成销售目标的经销商提供相应的奖励，可以是奖金、礼品等形式，以激励其继续努力。



阶段性目标奖励

将销售目标分解为阶段性目标，对每个阶段达成目标的经销商给予相应奖励，提高其销售的持续动力。



返利政策激励

01



制定合理返利政策



根据产品利润和经销商销售表现，制定合理的返利政策，激励经销商提高销售额。

02



返利计算方式



明确返利的计算方式和标准，确保公平、透明，让经销商对返利政策有明确的预期。

03



返利支付及时性



确保返利的及时支付，提高经销商对公司的信任度，同时激励其继续保持良好的销售表现。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/938104125022006064>