

太阳能营销：如何让每个经销商都为公司大把的挣钱？PDF  
转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/289/2021\\_2022\\_\\_E5\\_A4\\_AA\\_E9\\_98\\_B3\\_E8\\_83\\_BD\\_E8\\_c123\\_289472.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/289/2021_2022__E5_A4_AA_E9_98_B3_E8_83_BD_E8_c123_289472.htm) 代理商、经销商、加盟商等销售商是公司发展的重要伙伴。显然，对经销商等销售商的有效支持，将实现美好的双赢。很多太阳能公司一直对经销商工作头痛得不得了，主要表现就是经销商的销售业绩一直上不去，造成经销商数量不少，但业绩总是处于“瓶颈”之中，难以突破。潘总所在的太阳能公司就是这样：今年招商很成功，在短短三个多月就增加了近百名经销商，但一年都快过去了，公司的总体销量与往年相比却没有增加多少。翻看报表就知，每个经销商每月的销量都令人不如意，有的经销商甚至月销售额不足十万元。是什么原因使得经销商的业绩一直做不起来呢，如何才能让每个经销商为公司大把的挣钱呢？带着这两个大问题，潘总作为公司的营销总监为此深深地思考着，并且展开了一次深度的调查研究。经过销售部和市场部的共同努力，调查研究的结果出来了，导致经销商销售业绩不佳的原因主要是以下几点：1、销售店面不足，不少一级市场的经销商在全市的销售门店只有两、三个，有的甚至只有一个店面。显然，这制约着产品更大面积的销售。同时，店面的面积和装修也大多存在问题，很少有经销商真正装修出旗舰店出来面积狭小的很，摆上两、三台样机后，整个店面几乎上就没有多余的地方了，装修更是差劲得很。2、二、三级经销商几乎为零。很多经销商与公司签约时的区域范围是“广阔”的，但实际上，他们除做了自己所在地的销售工作外，区域范围内远一点的区域市场根本

没有任何“动作”，纯粹是白占“位置”。除此以外，他们也没有在其区域范围内寻找二级、三级经销商，纯粹是自己的几个店面在“奋斗”！

3、销售人员导购水平有限，很多导购员对于太阳能的一些基础性的问题都难以给客户一个简约、正确且满意的回答。这是终端销售成功率不高的原因之一。

4、因为太阳能产品的特殊性，不少经销商在配备店面导购人员之外，还成立了业务开拓部门，有专门的业务员进行业务开拓，这是好事。但是，看看业务员们所进行的工作，就发现问题大大的存在，主要是业务开拓工作处于无序状态没有良好的开拓方法，虽然每个业务员都很卖力，但业绩却并不喜人。

5、广告传播数量太少，品牌知名度不响亮。由于公司没有进行全国广告传播，其广告费用以综合推广费用直接给予经销商，由经销商负责其区域市场的广告传播和品牌传播，但因进货量少导致综合推广费用不“丰厚”，而经销商又缺少进行大面积广告与品牌传播的实力与信心，所以造成品牌在区域市场上“悄无声息”，甚至被不少的消费者认为是杂牌。

6、市场竞争是激烈，面对同质化竞争、价格竞争等，经销商一般只能被动的接受竞争，而且一旦被冲击，就“六神无主”没有办法解决和对抗了，更别谈思考如何系统的发动区域市场竞争，把竞争对手打压下去，把自己提升上来。所以，经销商的销量一直在竞争中被动生存，销售极为困难……

主要问题基本上都被“挖”出来了。那么，如何把这些问题解决掉，如何让每个经销商都能扭转劣势，不但为公司“挣”大把的钱，更能为自己挣大把的钱呢？通过两个月的努力，在潘总的率领下终于将全面让每一个经销商都为公司挣大把的钱的方案弄出来了。主要内容如下：一

、经销商合作发展要求的提升 太阳能公司如果想每个区域市场都成为自己销售的“主战场”，首先就应该确保每个区域市场的经销商具有强劲的实力，尤其是资金实力。目前，有很多经销商虽然是省级经销商或者一级市场的经销商，但是实际上他们并没有这个区域市场的运营能力，所以导致公司虽然在其区域市场有经销商在运作，但对于良好的销售却是遥遥无期。这对公司和经销商都是一种悲哀!因此，必须对经销商的合作发展要求进行合理的提升和统一，确保经销商有能力运作好自己的区域市场，赚取更多，才能确保公司对其区域市场的预期销售目标的良好实现。通过各方面的努力，潘总在经销商合作发展方面主要做了三大工作：一是对不同级别经销商在店数、门店面积(主要是一个区域市场必须有一个优秀的旗舰店)、必须的员工人数等方面进行了合理的规定，必须达到其要求，以便于后续的销售和推广工作；二是对于没有实力实现合同上所负责的区域市场的经销商，将其未进入运营的市场，收回其运营权，另找经销商运营；三是对于确实没有实力运营的经销商(如只能开一个店，只能请两个人，月销售额不足十万元)，将其区域市场运营权收回，或者改为二级经销商，从而在其区域市场寻找更具运营实力的经销商，进行更具实力的运营。通过对经销商运营能力的全面考核和优化，使公司与经销商合作发展更“流畅”。这样，既确保了经销商能够很好的运营和赢取更大的利润，同时更使得公司将一个个一般性的区域市场变成“遍地是宝”的区域市场，确保公司全年实现良好的销售业绩。 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问

[www.100test.com](http://www.100test.com)