

做**最赚钱** 的**经销商**

——经销大亨的**八张王牌**

✓ 问总部品牌借刀 ✓ 掌控终端商 ✓ 专业化形象 ✓ 专业化能力
✓ 公司化运营 ✓ 视觉营销 ✓ 深度营销 ✓ 顾问式销售
一切从经销商利益出发，为经销商量身打造的专业化实战手册

郭汉尧◎著



海峡出版发行集团
THE STRAITS PUBLISHING & DISTRIBUTING GROUP



鹭江出版社

赢家大讲堂
BIG LECTURE HALL OF WINNER
赢家大讲堂书系

做最赚钱 的经销商

郭汉尧◎著



海峡出版发行集团
THE STRAITS PUBLISHING & DISTRIBUTING GROUP



鹭江出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

做最赚钱的经销商：经销大亨的八张王牌/郭汉尧著.
—厦门：鹭江出版社，2010. 11
ISBN 978 - 7 - 5459 - 0241 - 9

I. 做… II. 郭… III. 经销—商业管理 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 193164 号

做最赚钱的经销商——经销大亨的八张王牌

郭汉尧 著

责任编辑 / 朱明解

特约编辑 / 王业云

出版 / 鹭江出版社

地址 / 厦门市湖明路 22 号

邮编 / 361004

电话 / 0592 - 5046666 0591 - 87539330

010 - 62376499 (编辑部)

010 - 65921349 (发行部)

印刷 / 北京同文印刷有限责任公司

规格 / 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印张 / 12.5

字数 / 126 千字

印次 / 2010 年 11 月第 1 版第 1 次印刷

书号 / ISBN 978 - 7 - 5459 - 0241 - 9/F · 8

定价 / 28.00 元

(如有印装错误, 请寄印刷厂调换或致电鹭江出版社)



目 录

引 言 商人不赚钱不道德

- 一、赚钱从学习开始 /3
- 二、和气生财——微笑很值钱 /4
 - 案例：微笑不达标要扣钱 /4
- 三、发财靠脑勤手勤 /5

王牌一 品牌借力——背靠一棵摇钱树

- 一、品牌是经销商的必然选择 /9
 - 案例：品牌有强大比较优势 /9
 - 1. 消费阶层化，产品不可能卖给所有人 /10
 - 案例：用品牌跟客户沟通 /10
 - 2. 差异化消费决定了产品定位 /10
- 二、品牌是核心价值 /11



1. 品牌是产品价值的体现 /11

案例：凭什么就他的牌子值钱 /11

2. 品牌是核心价值观的体现 /12

3. 品牌是质量和信誉的保证 /12

三、品牌是更高的利润 /13

1. 品牌缩短了消费者购买的接受过程 /14

2. 品牌创造较高的利润空间 /14

案例：点石成金的名菜 /15

3. 品牌可以成为无形资产 /15

案例：品牌的生命力 /15

四、品牌是个聚宝盆 /16

1. 单凭广告撑不起品牌 /16

2. 没有销售就没有品牌 /17

3. 品牌需要四轮驱动，经销商要顶天立地 /17

4. 品牌落地有助于经销商做大做强 /18

5. 品牌是经销商的聚宝盆和摇钱树 /19

五、共赢联盟，一起发财 /19

笑话：所谓的“鱼水关系” /20

1. 厂商共赢是利益共享的需要 /20

2. 厂商共赢是战略联盟的需要 /21

3. 厂商共赢是品牌发展的需要 /22

4. 厂商共赢是市场变化的需要 /23

王牌二 专业形象——赚钱要有赚钱的样

一、专业的外表——形式比内容更重要 /27

- 案例：专家的形象魅力 /28
- 案例：大公司的标准化 /29
- 案例：四句话生意就黄了 /29
- 二、专业的态度——态度比能力更重要 /30
- 三、专业的眼光——赚钱比省钱更重要 /31
- 案例：要省电还是要关门 /32
- 案例：没人的饭店谁敢进 /32
- 案例：两个经销商的前后反差 /33
- 四、专业的公司化运营——总部是最好的智慧宝库 /34
- 案例：王老板的惨痛教训 /35
- 五、专业的经营模式——跟上市场的脚步 /38
- 六、专业的执行流程——标准化、流程化、系统化 /39
- 案例：小张不在，促销没法搞 /41
- 七、经销商的四大专业化精神 /42
1. 敬业精神 /42
 2. 负责精神 /43
- 案例：没有冲劲别做经销商 /44
3. 创新精神 /44
- 案例：会议营销也能创新 /45
4. 协作精神 /46

王牌三 能力提升——赚钱才是硬道理

- 一、“四化”提高统筹思考的能力 /49
- 案例：今年的情况不知道 /49



案例：谁卖得多谁就拿一等奖 /50

1. 经销商要有全局观念 /51

案例：干吗不到王府井开专卖店 /52

2. 从全局出发落实“四化” /53

笑话：让顾客一进店就买单的绝招 /54

二、转变观念改进不断学习的能力 /56

案例：丁老板学来的结绳记账法 /56

三、实干与坚持巩固认真执行的能力 /58

案例：业绩倒数第一的“诸葛亮” /58

四、上下齐心培养规范管理的能力 /59

案例：好不容易整出来的制度，就两条，太难看了 /59

案例：贴在墙上看看的，你还当真 /60

案例：能做到的制度才有意义 /61

案例：他讲的都是鬼话 /62

案例：参照世界 500 强的制度你居然说不好 /63

王牌四 公司化运营——团队赚钱是最高境界

案例：一身兼三职的女员工 /67

案例：报销找老板娘，请假找老板 /68

案例：公司化不达标只配喝开水 /69

一、非公司化运营有四个局限 /69

1. 规模小 /69

2. 市场的运作能力不足 /70

3. 资源浪费 /70

- 4. 削弱了市场的控制能力 /70
- 二、公司化运营的三大优势 /71
 - 1. 提高经销商的竞争力 /71
 - 2. 提高经销商的经营素质 /72
 - 3. 有利于实现厂商共赢 /72
- 三、五项措施落实公司化运营 /73
 - 1. 建立高效的组织架构和管理体制 /73
 - 案例：老婆做副总经理的后果 /74
 - 笑话：吴佩孚的打牌规则 /76
 - 2. 建立各项管理制度 /77
 - 3. 制订科学的经营计划 /79
 - 4. 勇于创新，提高管理水平 /80
 - 5. 充分利用总部的资源 /80
- 四、对终端商的全能督导是公司化运营的利器 /80
 - 1. 导入督导机制来掌控区域市场 /81
 - 2. 督导的职责 /82
 - 案例：“傍大款”的门店选址策略 /82
 - 案例：一直开到第九家店 /83
 - 3. 督导的角色 /84
 - 案例：办证广告贴进专卖店 /85
- 五、督导的天职是促进终端销售 /86
 - 1. 督导的八大技能 /86
 - 案例：能不能考核一下保姆买菜 /87
 - 2. 改善终端管理促进销售 /89



王牌五 视觉营销——每一个眼球都是金子

一、终端形象的三个看点 /93

1. 改善店外形象，增加展示面积 /94
2. 重视橱窗设计，吸引顾客眼球 /95
3. 统一店内装潢，体现品牌高度 /96

二、终端布局的四大绝招 /97

1. 门户开放，让顾客容易进入 /97
2. 路线设计，让顾客愿意停留 /97
3. 陈列丰满，有效利用空间 /98
4. 导购意识，营造最佳销售气氛 /98

案例：干吗对闲逛的人也要热情接待 /99

三、商品陈列的五个原则 /100

1. 明显、抢眼 /100

案例：摆错位置的鞋 /101

2. 易选易拿 /102
3. 分类明确、有规律 /102
4. 货架丰满 /102
5. 关联陈列 /102

四、商品陈列的十大技巧 /103

王牌六 顾问式销售——顾客需求是最大的金矿

一、三种方法扩大销售途径 /107

1. 增加顾客人数 /107

2. 增加顾客购买量 /108

3. 提高商品的毛利率 /108

二、科学制订销售计划 /109

案例：明天3月15号，促销怎么做 /110

1. 制订销售计划的 SMART 原则 /110

2. 制订销售计划的四个步骤 /111

案例：促销年年噩梦再现 /112

3. 销售计划的内容 /114

三、从“四率”来提高销售业绩 /115

1. 提高进店率 /115

案例：派四个人数一星期豆子 /115

案例：店门前人山人海 /118

2. 提高成交率 /118

案例：叫人崩溃的导购 /119

笑话：要交桃花运了 /120

3. 提高续销率 /121

4. 提高回头率 /123

笑话：站住，把档案填一下 /123

案例：让顾客自愿留下信息 /124

5. “四率”的相关性 /126

四、顾问式销售的四大窍门 /127

1. 关键是弄清需求 /127

2. 特点是能得到信任 /128

案例：相亲时的眼光 /128

案例：有了信任一切好说 /129



3. 三大步骤 /130

4. 精华是找准卖点 /131

五、六大绝招改进销售技巧 /132

1. 分析顾客 /132

2. 建立信任 /133

3. 挖掘需求 /133

4. 呈现价值 /133

5. 赢得承诺 /134

案例：巧妙赢得承诺 /134

6. 促进成交 /135

王牌七 深度营销——顾客才是真财神

一、促销活动的步骤和原则 /139

1. 促销活动的步骤 /139

2. 促销活动的原则 /140

案例：世界上最美的手指头 /141

二、客户开发的五个要领 /142

1. 了解顾客的价值 /142

2. 维护老顾客，让老顾客介绍新顾客 /143

3. 电话营销和短信沟通 /144

案例：两则有创意的短信 /144

4. 关联店的联合 /145

5. 重视大客户开发与管理 /146

三、顾客数据库管理的三项要求 /146

1. 动态管理 /147
 2. 专人负责 /148
 3. 限期保管 /148
- 四、顾客关系维护的两个秘诀 /148

王牌八 管理技巧——用员工的手去淘金

- 一、与员工沟通的目的和技巧 /153
1. 沟通的作用、目的和要点 /154
 2. 沟通中的 MP（马屁）技巧 /154
- 笑话：100 顶高帽子 /155
3. 沟通中的认可和赞美 /156
 4. 三明治批评法 /156
- 案例：三明治批评法应用实例 /157
5. 利他原则 /158
- 案例：嫁人就嫁胡雪岩 /158
- 案例：一句话让人心凉 /159
6. 人际风格沟通 /160
- 二、创造快乐工作氛围的五项措施 /162
- 案例：弥勒佛你放心 /163
- 三、招聘员工的三大工具 /164
1. 填写求职登记表 /165
- 案例：马大哈美女 /166
2. 进行口试和笔试 /167
 3. 进行各方面的测试 /167



四、培训员工的五个要点 /168

1. 分配工作岗位，定期述职 /169

案例：老板娘的培训妙招 /169

2. 岗前培训，心态调整 /170

3. 日常培训的跟踪，做好计划 /170

4. 在工作中训练、总结、改进 /171

案例：两次失败的演讲 /171

案例：有创意的行为训练法 /173

5. 培训要进行文本式传递 /173

五、激励员工的三项守则 /174

案例：有声势的颁奖仪式 /175

案例：员工感动得眼泪都下来了 /175

小 结 赚钱也要专业化

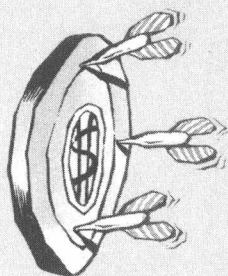
一、赚钱多少取决于专业化程度 /181

二、吃点亏不耽误赚钱 /182

案例：不愿吃亏的后果 /182

三、不努力财神都帮不上忙 /183

笑话：财神怒了 /183



引言

商人不赚钱不道德

一、赚钱从学习开始

首先送大家一句话：商人不赚钱不道德。

商人是我们的身份，身为商人，最根本的职责就是赚钱。商人不能赚钱，就好像公务员不会当官、驾驶员不会开车、电工不会搞电路、电焊工不会装焊枪一样，是说过不去的。

可是要赚钱，怎么赚？要健康、合理、合法地靠智慧赚钱，也就是说，君子爱财，取之有道。

智慧从哪儿来？智慧来自于学习。

成年人学东西往往一听就懂，可是懂了以后很快就忘。所以，学习要不断地重复。对于成年人而言，理解很容易，但是记住内容很难，而且在工作当中加以运用，就更有难度了。比如，要是叫你在30秒内默写一首唐诗，那么你写下的肯定不外乎这几首：床前明月光、春眠不觉晓、锄禾日当午、白日依山尽、鹅鹅鹅等。为什么？因为这些是小时候一再重复的内容，所以到今天还记得住，张口就来。

学习新东西，要采用空杯心态。杯子加满了水后便不能再加，再加就会溢出。只有将杯子中原有的水倒出来，我们才能在空着的杯中，注入新的水。所以大家要以“低调做人，谦虚归



零”的心态，来分享学习内容。

二、和气生财——微笑很值钱

我们不应把为顾客提供服务的过程视为痛苦，它应该是个快乐的过程。给顾客提供服务时，我们一再强调微笑服务。



案例：微笑不达标要扣钱

沃尔玛创始人山姆·沃尔顿到店里去视察，看到一个员工脸色不好看，就上去跟他沟通。

总裁：你心情不好吗？

员工：我心情好啊。

总裁：那你的微笑呢？

员工就很勉强地笑笑，笑得很难看。

总裁很生气，回去发了个文件：从今天开始，沃尔玛的员工笑的时候一定要露出八颗牙，少露一颗要扣钱。

这就是微笑的标准。

古人也讲过，和气生财——微笑对我们赚钱历来都是有帮助的。

任何客人从门外来到店里，不管他是恐龙还是青蛙，我们都