

本文目录

- [怎么开发代理商？](#)
- [如何才能做代理商？](#)
- [新市场开拓七大步骤？](#)
- [如何做化妆品代理商？](#)
- [服装代理商的运作方式？](#)

怎么开发代理商？

你可以上一下\招商代理114\网，该网站的服务对象就是正在寻找代理商的生产型企业 and 正在寻找分销商、且与生产性企业有产品代理关系的代理商。萊垰頭條

企业可以发布找各级(省级、地市级、甚至到县级)代理商的信息，还可以添加详细的企业情况，企业也可以根据自己的需要选择招商区域，只在空白市场找代理或分销商。萊垰頭條

查询者是以自己所想经营的区域+产品进行搜索的，同类产品还可以进行比选。网站现阶段还可以免费发布企业广告（先到先得）。祝你招商顺利！萊垰頭條

如何才能做代理商？

最重要的就是看你的所在的平台够不够靠谱，还要看所在的平台前景如何頭條萊垰

如果你能找到靠谱的平台，而且前景不错能吃到时代的红利，那么恭喜你，可以开足马力去做代理商了萊垵頭條

找代理商并不难，我就知道一个。现在有很多互联网平台都在招募代理商的，平台的质量还是不错的萊垵頭條

新市场开拓七大步骤？

要成功开发一个经销商不是一蹴而就，而是一个系统工程，叙事前精心的准备，在一个新市场上开发经销商更应如此，接下来分七步解说新市场开发的七大步骤。萊垵頭條

方法1、找到你的市场在哪里及其特点，做到目标明确区域销售员应该根据自己公司的类型，搞清楚自己的用户是谁，它们主要分布在什么地方。2、知己知彼，做到心中有数区域销售员在开发经销商之前，必须搞清楚自己销售的产品性能、特点与使用方法、主要销售品种及其价格等产品知识，高清竞争对手的企业状况、主要产品与性能及其价格、渠道模式与经销商的分布、销售品种结构与销量及市场份额等基本情况，搞清楚当地的供销模式等基本情况。3、谋划区域市场发展蓝图，做到系统思考一个完善的区域规划包括区域市场销售目标与市场份额目标及进度、切入品种组合、价格与返利政策、选择渠道模式、推进的目标乡村市场与进度、开发经销商数量与标准、销售人员的部署与激励措施、营业推广计划、促销品计划、墙体与车身广告、经销商标准店的建设等等内容。

4、找准目标对象，做到有的放矢区域销售员对区域市场进行规划后，应当尽量对目标区域市场所有经销产进行搜索，然后与渠道模式和经销商选择标准相对照，结合所掌握经销商资源的实际情况，确定拟开发的目标经销商。5、正式拜访前精心准备，做到万无一失包括经销商开发目的、经销商开发的目标设定、经销商切入的品种、价格、经销商的区域设定、经销商的网店开发策略、拜访的时机等等。要做好这些准备，关键在于区域销售员对区域市场和目标客户的熟悉程度。6、推销自己，让经销商对你产生好感第一件事是与经销商交朋友：第一印象很重要；放松自己，话题从生活爱好谈起；注意与客户保持共识；不要忽视他及他的家人，每次拜访记得带小礼物。7、探寻经销商的需求，做到对诊下药最有效的说服是说到点子上，也就是你所说的是客户所关心的。在正式的说服销售之前要了解客户的需求。销售员全访问探询与了解潜在经销商最重要也是最迫切的需求，才可能打动潜在经销商，是潜在经销商真正变成企业的现时经销商。

"

如何做化妆品代理商？

要成为化妆品代理商通常有三种途径：；頭條萊垌

1.如果是地区性的大代理商可以直接和厂家联系成为省级代理商，如果是市级或者县级等代理商只能在地区或者省级代理商处拿货等，取得代理权后，可以根据代理授权内容进行商业交易。；垌頭條萊

2.如果是通过微商或者其他的代理的化妆品可以通过上下家进行代理，同样需要取的代理权，只不过代理范围有差异；條萊垌頭

3.也可以通过电子商务模式，不直接接触产品，帮助具有代理权的商家寻找订单，有授权的商家直接发货，你从中提取佣金。；；要保证化妆品代理的持续发展；需要根据代理品牌的企业文化和产品文化进行各种宣传；要有各种使用效果和消费者现身说法；要有各种交易的记录来提高人气；；化妆品代理和其他销售一样，刚刚起步时比较困难，等熟悉后就会逐渐好转，要有耐心和持久心，保持良好的售后服务。萊垌頭條

服装代理商的运作方式？

首先，你要掌握你们区域的客户消费趋势，以及前期顾客消费心理.第二，查看你行业内部的区域竞争力，例如你是某服装的代理商，就一定要先了解你所代理的区域行业内其他代理商的销售模式、盈利模式，以及竞争空间，知己知彼，百战不殆！第三，选好门面，我想这个重要性不用说，具体的门面位置要看你代理什么东西了。第四，做好宣传，前期的宣传投入是必须的，用最少的钱让最多的人知道了解你所代理的东西，能为日后赚更多的钱做必要的基础。第五，注意后期顾客反馈意见，努力赢得回头客。代理商的范围太广，不是一句两句能说清楚的，浅略陋见，祝您成功！声明：本人的回答均未抄袭任何资料，属100%个人智力成果！做好一个品牌代理商还需要实施三个行动：机构建设行动、品牌建设行动、渠道建设行动。机构建设行动指代理商需要针对自己的销售计划和网络拓展计划，组建一个适应企业现状的管理团队，设置一些与品牌操作需要的运做部门。这个团队将在以后的运做中，与上游的品牌授权商(即产品供应商)相对接，同时，对下游的加盟商进行管理和提供服务。一个大区域代理商的基本部门设置应该包括业务部、市场部、行政部(有些公司迅速提升为人力资源部)、财务部；市场部做市场开发、客户服务及市场督导的工作，业务部做配发货品、货款收缴、客户商洽等工作，行政部做后勤管理等支持工作，每个部门应该明确部门职责与工作流程，形成一个管理严谨、分工明确、目标清晰的运做团队，是做好代理商、完成销售目标的重要保证。机构建设行动还包括应该设立自己的一个样品间，通常是在自己的写字间专门设立一个样品展示间，以便于客户参观和订货。机构建设行动中还包括开设自己的一个直营店，或称为当地市场的品牌“旗舰店”，作为这个品牌在当地形象展示的窗口，招商洽谈的样板、人员培训的基地以及收集市场信息的渠道。品牌建设行动主要通过当地

的宣传媒体对品牌在当地进行适度传播，当地的媒体资源包括平面媒体、影视媒体、户外广告媒体等。品牌传播分为品牌的广告传播、品牌的公共关系传播及品牌的销售促进传播。广告投入在不同阶段的目的是不同的，所选择的广告媒体也不同，这个时候就需要对不同媒体的特点进行分析，如招商类的广告应该投入到什么媒体，这个媒体的覆盖面有多大，广告受众是否符合自己目标群体的特点。进行广告投入时要避免几种常见的错误：垵頭條菜

一是投入时过分从成本的角度考虑，投入的广告受众者很少或受众与自己需要的群体差别很大，造成资源的浪费；二是投入的方式太单一，不了解综合应用多中传媒手段达到目标效果；三是投入量过大，超出自己的目标需求，不经济。渠道建设行动就是要进行品牌的渠道建设，简单地说就是招商。招商可以分为媒体广告招商、展示活动招商、直营店销售招商、依靠自己的人脉资源招商及通过业务人员针对专卖密集区域的个别拜访招商。在渠道建设行动中，要注重客户的筛选与评估，学会与客户共同规划当地市场的发展，学会“先帮助客户发展然后收益”。有些初做品牌的代理商在进行客户商洽时急于保护自己即得的利益，缺少对客户要进行引导和扶持，结果客户网络总建立不起来，销售业绩总是不能快速提升，就是在对客户网络建立的政策和方法上比较缺少的结果。导入四项管理 做好一个品牌的代理商需要导入四个管理：即市场终端的管理、品牌形象的管理、市场规范的管理及企业“三流”（物流、资金流、信息流）的管理。市场终端的管理指针对自己的客户网络的终端店铺进行管理，在店铺陈列、导购服务、店务管理与客户管理中符合企业的要求并适合当地顾客的需求，提升当地店铺的形象与业绩。品牌形象管理指按照公司统一的VI标准进行店铺装修、道具布置，店铺工作人员统一着装、挂牌服务等，以一个品牌店的形象展示在客户面前。市场规范管理指对当地的市场进行管理，执行总部制定的价格政策，严禁制假贩假，打击串货等行为，保持区域经销商的利益。最后，要注意企业对资金流、物流、信息流的管理，我们称为“三流”管理；资金是企业发展的血液，物流是资金流的载体，信息流是企业决策的工具。抱歉，在网上找的。因为我也不了解。垵頭條菜