
卖场门店管理

壹、 卖场的运作策略规划

- a) 卖场强势下的运作难点及误区分析
- b) 基于整体终端布局的一店一策，突出重点卖场系统
- c) 针对性的产品组合，实现量利兼得
- d) 做好门店营销资源的配置与投放，保证运作效益
- e) 实战案例分享

贰、 做好门店品牌展示与产品陈列

- a) 卖场位置的选择与形象包装
- b) 做好动态的主题陈列，展示品牌形象
- c) 由展示到演示，优化顾客购买体验
- d) 如何针对对手，进行阵列的“抢逼围”
- e) 实战案例分享

参、 如何门店促销与推广

- a) 卖场促销主要策略介绍
- b) 门店促销的持续创新，做到月月有主题、周周有活动
- c) 门店促销有效组织与高效执行
- d) 加强多渠道推广，决胜在卖场之外
- e) 案例分享

四、 现场答疑与互动

- a) 就课程内容和学院现实的工作难点进行研讨和答疑