

《单店业绩提升策略与方法》



【解决的核心问题】

- 掌握单店盈利分析的方法，学会销售数据分析，货品快速流转的销售策略
- 系统掌握决定单店业绩的关键因素，和业绩持续提升的销售管理方法与工具
- 系统掌握低成本促销策划流程、执行要点及操作的策略与技巧
- 由“销售型店长”到“经营型店长”转变，成为门店经营与业绩提升的能手

【培训对象】店长、储备店长等

【培训方式】案例分享、视频录象、角色扮演、工具操练、老师点评、现学现用、立竿见影

【培训时间】两天

【培训内容】

第一单元、连锁企业店铺管理的现状、对策与出路

【解决的核心问题】

- **互动学员需要解决的问题与困惑，现场解决问题**
- **以解决问题为导向培训，让培训更有针对性和实效**
- 这些现状是你所考虑的问题吗？
 1. 店长如何实现由“超级明星”到“组织效能”的蜕变？
 2. 店铺管理的标准不规范：执行的没标准，标准的没执行，如何标准？
 3. 执行机制不健全：如何实现由督到导、由“魔鬼”到“天使”的转变？
 4. 深度客户关系管理待加强：如何实现由满意到忠诚、由“消费方式”到“生活方式”的转变？
- 你的其他问题？……

- 连锁企业店铺管理的对策与出路

【互动】你的问题与困惑？现场解答

【案例分析】阿迪达斯国际运动品牌连锁终端店面快速复制秘诀分析

第二单元、店面业绩持续提升的工具——超级营销管理漏斗

【解决的核心问题】

- **掌握一套持续提升业绩的营销管理工具**

➤ 系统思考是什么因素决定了你的业绩

1. 业绩的系统分析与改善

1) 营业额 = 客流量 × 成交率 × 客单价

2) 业绩分析

(1) 客流量的影响因素：商圈、店铺选址、店面形象、陈列、促销 POP、商品组合

(2) 成交率的影响因素：销售流程能力

(3) 客单价的影响因素：商品组合、组合销售

2. 业绩持续提升的金钥匙——“超级管理漏斗”

1. 销售过程分析与控制

(1) 流程设置

(2) 漏斗制作

2. 销售业绩持续提升

(1) 沉淀概率

(2) 持续提升超级营销管理漏斗

【管理案例】营销管理漏斗的应用

第三单元、店面盈利分析与销售策略调整

【解决的核心问题】

➤ 如何依据数字做决策，进行盈利分析

➤ 掌握店面盈利分析工具的操作与应用

1. 为什么要进行店面数据分析？

(1) 数字是店铺的温度计-快速诊断店铺问题的关键

(2) 数字最客观、会说话、速度快、来决策

(3) 店铺的基本数字

营业额、库存、订货额、毛利、货品回转周数、坪效率、人效率、入店率、连带率

2. 店面盈亏平衡

(1) 销售盈亏平衡点 = 销售总成本 ÷ 平均毛利率

(2) 销售总成本 = 产品成本 + 店面租金 + 装修物品折旧 + 人员工资 + 水电 + 税金

(3) 平均毛利率 = (总零售价 - 总进货价) ÷ 总零售价

3. 如何根据门店数据分析，有效进行货品调整，降低库存？

(1) 畅滞销款分析：畅滞销款分析是单店货品销售数据分析中最重要的数据之一

(2) 单款销售生命周期分析：及时反馈营销信息，有效制定安全库存策略

(3) 营业时间分析：合理调整工作时间和安排，能有效促进员工工作激情和销售增长

(4) 老顾客销售贡献率分析：特别是持我们品牌 VIP 卡的顾客

(5) 员工销售能力分析：个人业绩分析/客单价分析，以便对症下药

【小组讨论】门店的主要表现指标，分析发现病因，如何采取行动方案？

4. 客户分析

(1) 分析工具：《月客户状况分析表》和《月客户状况对比表》

(2) 了解客源的动态变化及潜力，以便采取差异销售对策、产品对策、服务对策

5. 收支分析

(1) 分析数据：总营业收入、总成本、产品成本率、劳动成本率、费用成本率、平均客单价

(2) 月收入、成本、成本额及其他经营数据；成本额是否正常？促销活动是否凑效？原因？

6. 商品分析

(1) 分析工具：波士顿矩阵分析法

- (2) 分析数据：销售份数、销售百分比、顾客欢迎指数、销售额、销售额百分比、销售额指数
- (3) 问题类、金牛类、瘦狗类、明星类四类产品分析与对策

第四单元、店面业绩持续提升三大核武器

第一项核武器：诊断问题——店面问题诊断工具实操

【解决的核心问题】

➤ 掌握一套分析问题的方法与工具

1. 诊断分析问题的工具——鱼骨图
 - (1) 作用：研究问题、逻辑排序、整体审视
 - (2) 标准：鱼头为核心问题、鱼刺为问题关键要素
 - (3) 经验：问题分析、先易后难、假设验证
2. 鱼骨图使用的六步骤
3. 练习（分析问题——“营业下滑”）

【工具运用与辅导】分析本月业绩下滑的原因？

第二项核武器：拉动业绩——店面促销策划与执行

【解决的核心问题】

- 掌握促销策划流程及执行要点
- 学会促销策划的关键要点
- 掌握促销操作的策略与技巧

- 1、促销策划业务流程
 - (1) 促销市场研究
 - (2) 确定促销要素
 - (3) 实施促销
 - (4) 执行和评估促销结果
- 2、促销组织与执行要点
 - (1) 促销方案制定要点
 - (2) 促销活动前准备工作要点
 - (3) 促销活动执行要点
 - (4) 促销活动总结要点
- 3、实效促销方式及操作要点
 - (1) 特价促销
 - (2) 赠品促销
 - (3) 联合促销
 - (4) 抽奖促销
 - (5) 活动促销

.....

【小组策划与辅导】

第三项核武器：推动业绩——修炼绝对成交

【解决的核心问题】

➤ 提升如何绝对成交能力？

1. 成交是问出来的，问对问题赚大钱
2. 绝对成交的秘籍
 - 1) 成交的关键在于要求
 - 2) 成交大师的信念：成交一切都是为了爱

- 3) 成交就是发问的艺术：问对问题赚大钱
- 4) 成交绝技一：假设成交法
- 5) 成交绝技二：二选一成交法
- 6) 成交绝技三：分解决定成交法
- 7) 成交绝技四：6+1 问题成交法
- 8) 成交绝技五：反败为胜法

【情景演练】 我是成交高手