

---

# 《门店销售与管理》

## 课程背景：

其实，终端销售绝对不是简单地卖东西。因为，我们越想卖顾客越不买！该课程基于顾客进店到出店的整个流程，指导销售人员抓住顾客心理，摸清其问题和需求，科学地规范自身行为，直至顺利成交。让店员不仅知道要做什么，而且还明白为什么这么做；不仅知道该如何做有利于成交的事，而且知道该如何避免阻碍成交的事。

## 培训目的：

- ☆ 提高沟通与开拓渠道市场帮助企业门店销售
- ☆ 提高终端销售的销售与服务技巧。
- ☆ 提升对客户服务的观念，运用角色互换的思考模式解决客户的问题。
- ☆ 提高销售与服务的能力及主动性，从而将学到的行销观念及技巧落实在终端销售与服务身上。
- ☆ 提高团队意识与重要性,增强团队合作的精神。
- ☆ 提高处理异常事务的能力,化危机为转机并将潜在客户转化
- ☆ 企业客户甚至是会帮企业转介绍客户的忠诚客户。

**培训对象：**店长、门店销售人员

**课程时长：**（2天）

## 课程收益：

※ 提高门店销售人员销售能力与服务技巧

---

※ 提高销售与服务的能力及主动性，快速落实执行

※ 提高处理异常事务的能力,化危机为转机

※ 快速掌握提升门店销量的营销技能

※ 提高团队意识与重要性,增强团队合作的精神

## 第一单元 如何让自己天天保持超级战士心态

### 一、抱怨只会毁掉我们的潜能

#### 1、要业绩飙升就要解决问题

(1) 不要在抱怨中慢慢地衰老

(2) 我们要对自己必须狠一点

(3) 我们今天到底为谁在工作

(4) 今天的工作决定明天生活

### 二、成功者找方法，失败者找借口

#### 1、门店经营：赚钱才是硬道理

#### 2、成功就是发现并且解决问题

### 三、每天进步一点点

#### 1、每天进步一点点就是业绩倍增的开始

#### 2、专业和业余的区别：

#### 3、销售黄金公式：销售额=

### 四、态度改变命运故事分享

### 五、心态创造效益

#### 1、哪些积极心态能够令我们创造效益

#### 2、哪些消极心态会制约我们成功

---

## 六、20-60-20 定律

## 七、转变打工心态

首先要转变打工心态，明白出力长力的道理

## 八、目标与方法

1、目标刻在岩石上，方法写在沙滩边

2、目标感不是与生俱来的，而是需要有人

管理和不断提醒出来的，店长一天至少提醒三次店员

3、有目标还要有方法

## 九、老板欣赏解决问题的人

## 十、越感恩越富有

问题：人为什么要感恩？

问题：不感恩会怎么样？

## 第二单元 如何把顾客沟通变成业绩发动机

### 一、销售就是沟通

1、销售就是沟通，成为顾客信赖的人：

2、销售就是说服，开口就是焦点对外

3、销售就是价值塑造，开口便是价值塑造

4、沟通极致：不要卖而要帮助买

### 二、先让顾客放松起来

1、要实现业绩倍增，先让顾客放松

2、弱化目的——不要亦步亦趋地紧跟

### 三、人性“APMP”沟通法

---

1、顾客沟通从人性“暗拍马屁”开始

2、人性会自然忽略习惯性语言

3、要说人们不常听说的销售语言，对销售才有推进的作用，才能引起客户的关注

四、抓住了人性就抓住了顾客

1、人们都喜欢被认同，讨厌被否定

2、人们不是喜欢买便宜，而是喜欢占便宜

3、价值主张要和顾客的需求挂钩

五、三道心理防线沟通法

1、销售就是一场心理战，看谁先守不住

2、要再坚持三次：

**第三单元 如何让爱沉默的顾客开口说话**

一、嘴巴不说话不等于眼睛不说话

1、要眼睛一直关注着顾客，不要让他离开你的视线

2、保持一定距离，微笑看着他

3、待到购买信号以后，才快速走上前

4、主动探询 5、产品定向

二、建立信任的三个问题

1、时机 2、方法 3、表现

三、上前建立信任的八大时机

1、顾客直奔目标物时

- 
- 2、顾客用手触摸商品时
  - 3、一直注视同一商品或者类商品时
  - .....
  - 8、顾客和你四目相对的时候

#### 四、建立信任关系的方法

- 1、主动、热情、耐心地去感染对方
- 2、要抓住主动权：
- 3、了解对方究竟想要什么

#### 五、终端销售的创新

- 1、话术的创新
- 2、销售互动行为的创新

### **第四单元 如何通过货品推荐提升客单价**

#### 一、发问——探索需求的利器

- 1、多提确认性的问题
- 2、深度追问步步锁定
- 3、提有利于我们问题
- 4、提简单好回答问题

#### 二、活用 FABE 法

- 1、FABE：功能+特点+好处+证据
- 2、如何做精准地介绍产品卖点
  - (1) 基于顾客关注来平衡介绍重心
  - (2) 重点介绍产品给顾客带来好处

---

(3) 鼓励体验并联想产品利益画面

(4) 确认顾客感受，切忌喋喋不休

### 三、如何提高货品的销售机会

【现场演练】 【案例分析】

### 四、向顾客推荐货品注意 3 个策略

- 1、产品的卖点不是越多越好
- 2、光说出产品的卖点也是不够的
- 3、用 FABE 法则推荐完产品的卖点以后，  
一定要有推进的动作

### 五、如何通过整体设计快速提升客单价

- 1、店铺管理要用数据说话
- 2、成套销售意识决定成败
- 3、成套销售时机点的把握
- 4、成套销售产品点的选择

## 第五单元 如何做到与顾客讨价还价占上风

### 一、终端销售培训的四大误区

- 1、只强调销售主动性和随机应变
- 2、过分强调优秀销售人员经验的传承
- 3、重视素质，忽略技能和应对
- 4、重培训轻训练

### 二、产品报价与还价技巧

- 1、统一定价与弹性定价优劣

---

2、首次报价请不要一步到位

3、二次报价要有条件地让步

4、三次报价为最终合理报价

三、清除异议，解决问题

1、异议：不信任、不专业和本能

2、解决问题，不对症就下不好药

3、巩固需求，给顾客购买的理由

4、价格问题，是卖者永远的伤痛

四、门店快速开单的五大方法

1、自信开单适时霸王硬上弓

2、把握机会，提议决定

3、要问二选一的问题

4、直接拿出小票来开单

5、关联销售，提高客单价

**第六单元 如何团队配合轻松成交**

一、销售两个终极目标

二、销售心态的三个误区

1、不能成交的销售就是失败的销售

2、顾客如果想买就会买，如果不想买把舌头说烂也没用。

3、顾客不是希望越便宜越好

三、团队分工与协作

---

1、店面“二人转”角色的团队分工与协作

2、勤用请示领导策略

3、要会用黑白脸

四、分析个性优势，扬长避短

【头脑风暴】 【分组讨论】

## 第七单元 服务导向

一、服务是提升门店价值的核心因素

二、每天面对的两类顾客

1、外部顾客

(1) 具有足够的消费能力

(2) 对某种商品具有购买的需求

(3) 了解商品的信息和购买渠道

(4) 可以为从业者带来直接的收入

2、内部顾客：员工

三、服务带动五部曲

## 第八单元 法令为纲

一、制度保证绩效

二、压力+动力是店长的掌中宝

1、奖惩的必要性：

2、赏罚分明：要能把握赏与罚的分寸，

多一分则过，少一分又不够。

3、奖惩的管理方法

---

三、没有完美的制度

四、制度不在于多，在于执行

- 1、执行是制度管理的最关键环节
- 2、不检查，不监督，就难以保证有效落实

五、没有理由，只有执行

- 1、铁血精神——没有任何借口
- 2、军令如山——坚决服从
- 3、要功劳不要苦劳——一切为了结果

六、换位思考

- 1、店长要学会换位思考，执行公司的目标要兼顾店员的感受。
- 2、标准要具体明确，可以衡量，可以操作，最好有数字表示。
- 3、标准一定要适度：不能过高更不能过低。
- 4、帮助下属分析如何提升业绩。

## **第九单元 销售人员的培训**

一、销售人员培训多种途径和方法

- 1、产品知识培训
- 2、销售技能培训
- 3、融合企业文化
- 4、心态与能量训练

二、新进大学生的岗位胜任培训

---

1、带领

2、烧尾

3、忙碌

4、培训和关注

5、成长的认可

三、销售人员培训的常规流程

1、讲授原理（以案例的形式）

2、现场角色演练

3、互相反馈分享、迁善与调整

4、提炼标准话术

5、培训的“21 天效应”-巩固培训效果

6、实操

四、销售人员的职业生涯规划

1、资深销售人员

2、销售管理人员

3、跨部门、跨区域发展人员

4、销售培训人员

五、销售人员的专业素质培养

六、销售人员的心智修炼

1、性格

2、协作性

3、学习力

---

4、企图心

5、品德与操守

## 第十单元 销售团队的激励：培养和保持团队激情

一、理解激励——梯子理论

1、领导和管理的区别

2、人类需求的层次

3、动力和动机的区别

4、X，Y理论（麦格列戈）

二、消除反激励因素

三、激励的方式

1、奖励的方法——用激励提供能量

2、表扬/嘉许的方式

3、激励因人而异、因时而异

四、销售竞赛激励

1、业务竞赛运用

【现场PK】

五、做销售团队的激励专家

1、激励的三条原则：

六、销售团队的文化建设三个核心：

1、规范 2、价值 3、工作方式

本章问题：

第十一单元 店长日常行为管理

---

问题：销售经理的硬件和软件？

## 一、经营管理分析会议

### 1、营销例会

### 2、早会经营运作

问题：如何召开营销例会

## 二、随访、随查

### 1、随访的原则

### 2、随访的注意事项

### 3、随访的技巧

## 三、销售人员的行动管理

### 1、销售日报表管理

### 2、时间分配管理

(1) 要事第一：忙要忙得有意义

(2) 重要和紧急的不同之处在于

## 第十二单元 模式复制

### 一、门店管理最大的成本

### 二、优秀是选择和教育的结果

#### 1、胜任力模型——招到合适的人

#### 2、技能训练+心态教育=门店卖翻天

### 三、良禽择木而栖

#### 1、薪水过低，低过行业平均水平

#### 2、没有发展空间，英雄无用武之地

---

3、无法适应公司的制度、要求和氛围

4、公司缺乏公平竞争的环境

5、想要更大更高的发展空间

四、复制的价值

1、构建高效能销售团队——3S 原则

2、3S——标准化、专业化、简单化

3、店长要意识到标准化的力量