

---

# 卓越（零售业）店长训练营

## 【培训目标】

明确店长的角色及工作职责了解店铺运作管理的内涵、流程及优秀店铺的标准加强顾客服务管理，提升店铺顾客服务水平掌握管理和激励店铺员工的方法，学习有效管理员工和新员工辅导的技巧，提升店长管理技能及店铺销售业绩了解员工离职的原因，增强团队凝聚力，保留人才加强销售服务管理，关注店铺信息收集与利用，学习使用表单管理的方法，提升业绩了解顾客投诉的原因，掌握减少及有效处理投诉的技巧掌握店长自我管理的方法，学会合理制订计划、安排时间及心态调整

【培训对象】店长、店铺中高级管理人员

【标准课时】06小时/01天

【培训讲师】锺灵老师

## 【课程大纲】

### 模块一、做一个称职的店长

- 1、案例分析：刘力的烦恼—店长角色的定位与转换
- 2、店长的核心职责---带动团队
- 3、店长的四项工作内容分析
- 4、店长需要职业化吗？
- 5、店长应具备的条件
- 6、店长的禁忌

### 模块二、对店铺运营管理的认知

- 1、店铺管理，管什么？
- 2、店铺管理的基本原则
- 3、店铺运作管理的三个基本流程
- 4、专卖店优秀店铺管理的六项标准
- 5、店铺运营手册的制定与使用方法
- 6、如何做市场分析---竞争“金三角”

### 模块三、店铺服务管理

- 1、全面顾客满意的真正涵义

- 
- 2、顾客服务意识建立的基本要点
  - 3、超越顾客期望---顾客需求满足状态评核
  - 4、卡诺顾客服务感知模型在实际工作中的应用
  - 5、如何达成顾客满意？
  - 6、怎样保留老顾客？

#### **模块四、有效处理顾客投诉**

- 1、有投诉好不好---对顾客投诉的认知
- 2、顾客投诉产生的原因分析
- 3、如何有效减少顾客投诉？
- 4、有效处理顾客投诉的技巧
- 5、处理顾客投诉的“宜”与“忌”
- 6、案例分享

#### **模块五、店铺员工的有效管理与激励**

- 1、店铺人员管理的关键
- 2、店长店铺管理中沟通不良的几大病根
- 3、店铺员工管理的八项方法
- 4、人际风格测试：你了解自己和店铺员工吗？
- 5、四种人际风格的特点与应对方法
- 6、有效激励店铺员工的“十大法器”

#### **模块六、员工辅导**

- 1、员工达不到标准的原因是什么？
- 2、哪些员工需要重点辅导？
- 3、员工接受辅导时的心态
- 4、辅导前的准备
- 5、员工辅导的步骤
- 6、OJT 的核心方法
- 7、如何做辅导后的跟进？

#### **模块七、怎样保留店铺员工？**

- 
- 1、员工为什么离职？
  - 2、“激励因素”与“保健因素”的作用
  - 3、你的员工需要什么？
  - 4、员工达不到工作标准的原因是什么？
  - 5、留住员工的“三大法宝”
  - 6、角色演练

#### 模块八、店长的自我管理

- 1、为自己设定有效目标
- 2、有效目标的特征
- 3、如何设定有效目标？
- 4、学会“挑挑拣拣”地工作---合理安排时间的方法
- 5、时间管理表单分享
- 6、店长的心态管理

## 《卓越店长核心能力训练营》

### 课程背景：

“终端为王”的理念不仅仅是说在嘴上，写在纸上，挂在墙上，更要落实在行动上！作为门店的核心部分，店长作业化管理质量的好坏将直接影响到整个门店的营运效率。

如何让店长认为这份工作是有价值和前景的，而不仅仅是有雇佣思想？

如何让店长职业化、专业化，进而向管理者迈进？

如何营造一个高效率、高效能的卖场？

如何让店长帮助经营者复制生意盈利模式？

这是一套绝对紧贴品牌零售企业与市场需求，实用、高效的品牌零售终端店长综合能力提升课程；将以大量的目前影响力及辐射力强的品牌案例分析，系统学习到针对新品牌、成熟品牌的差异，

---

成熟卖场和新开卖场的区别，单店经营与区域代理的不同，而应该采取的不同的终端人员绩效管理  
及店面销售业绩提升的方法，让您回去后马上就能用！

**课程标准时间：**12小时\2天

**课程对象：**零售业专卖店、连锁门店的店长

## 课程大纲

### 第一模块 卓越店长角色定位

一、卓越店长八大角色

二、王牌店长四力素质

三、受欢迎的卓越店长

四、卓越店长店务工作规范

### 第二模块 卖场 5S 与视觉营销

一、品牌形象与维护

二、人员形象与素质

三、商品形象与陈列

1. 店员 - 移动的陈列道具

2. 卖场中色彩的基本认识

3. 卖场视觉营销 A、B、C 点

### 第三模块 订货管理

一、库存产生三大原因

二、常见订货八大误区

三、什么现象是缺货及其危害

四、科学订货九步骤

五、持续优化货品结构

1. 如何看待品牌的产品组合

---

2.不同城市不同终端的定位

3.如何将当季货品进行分类

4.如何分波次上货给终端

5.如何用品牌的眼光而不是产品眼光来看待一盘货

第四模块 销售分解与跟踪

一、销售任务分解

二、提升销售业绩

① 销售任务分解到一天三个时段的方法

② 提高销售业绩的因素

③ 销售的自我设限

④ 连带销售的一个原则三个要点

第五模块 顾客管理

一、新时代消费理念创新

二、顾客行动路线洞悉

三、店面客流量次分析

四、商品注意率的分析

如何在终端作新产品上市调研

五、停留时间长短分析

六、导致顾客不满分析

第六模块 员工管理

一、编制排班

二、绩效设置

三、培训辅导

四、关怀激励

---

## 五、知人善用

1. 专柜人员扩编成时要考虑的事项
2. 新专柜，在员工绩效上要额外考虑的方面
3. 具体激励员工的方法
4. 下属没有及时接待顾客怎么办
5. 下属经常迟到怎么办
6. 如何给员工做现场技能指导

## 第七模块 数据与资讯管理

- 一、日销售报表
- 二、员工日工作记录表
- 三、店铺周报表
- 四、月经营分析表
- 五、陈列检查明细表
- 六、店员考核表
- 七、同行业信息收集

## 第八模块 团购管理

- 一、团购大客户销售新思路
  1. 案例：“非常小器”的名片
  2. 团购思路决定出路
  3. 大客户细分方法
- 二、团购大客户开发 3 大捷径  
案例：看报获得大订单  
捷径 1：新闻/广告  
捷径 2：会员制  
捷径 3：异业联盟
- 三、团购大客户资讯收集  
案例：从 IBM 的虎口夺食
  1. 4 类资讯收集的 5 种途径
  2. 如何找出大客户内部向导
  3. 团购大客户的内部组织结构
  4. 你的目标团购大客户在哪里
- 四、如何获得团购竞争优势

- 
- 1 . 案例：田忌赛马的启示
  - 2 . 产品和服务等全方位竞争力
  - 3 . 大客户优先考虑的问题
  - 4 . 取长补短不如扬长避短