

《突破终端经营瓶颈》培训提纲

管理培训专家 柳叶雄

【培训对象】 代理商、经销商、零售加盟商

【培训时数】 1-2 天

【课程特色】

- ✦ 该课程通过生活中的实际案例，由浅入深、采用案例分析、模拟演练、情景话剧、实战与理论相结合，逐步引导学员改变思维，认知品牌、转变经营思维、认知终端经营过程中所存在的问题以及提前预防问题的发生
- ✦ 柳叶雄老师的讲解，条理清晰，实战经验丰富，课程通俗易懂，能快速引起学员的共鸣。能引导学员自我思考，从而达到课程目标。
- ✦ 该课程互动与实战案例多，能引导学员自我突破，合作共赢。

【培训收益】

得到：—— 学员拓宽思维，正确认知品牌和行业发展方向，提升品牌的信心

得到：—— 提升学员由散货、杂货店转型到专柜、专卖的决心和信心

得到：—— 提升学员对店铺的货品管理、人员管理、库存管理、促销管理等终端管理能力

得到：—— 改变经营理念、重塑品牌信心、强化终端建设，提升盈利能力

【授课方式】



· 讲授
· 游戏

· 练习
· 小组讨论

· 角色扮演
· 案例分析

· 启发式、互动式教学

【课程

大纲】

- 第一部分：前言（经营思维的释放）
- 第二部分：零售加盟商常遇到的经营瓶颈问题
- 第三部分：零售加盟商必须思考的经营问题
- 第四部分：观念驱动品牌，信心占领市场
- 第五部分：行业趋势，终端建设盈利基石
- 第六部分：突破终端经营瓶颈
- 第七部分：合作共赢

第一部分：前言（经营思维的释放）

- 1、世界上最难的两件事情？
- 2、做营销最难得是什么？
- 3、终端库存的五大杀手
- 4、苹果乔布斯的成功之术
- 5、终端经营过程中的反思

第二部分：零售加盟商常遇到的经营瓶颈问题

1、现状

| | |
|--------------|---------------|
| 1、开发市场难 | 6、品牌多，顾客挑 |
| 2、找到好店铺难 | 7、同质化竞争大 |
| 3、店铺盈利更难 | 8、库存多 成本高 |
| 4、持续店铺盈利难上加难 | 9、支持大，回款难 |
| 5、商品组合难 | 10、员工难招难管，流失多 |

2、零售 瓶颈 瓶颈

员如何
员难留

瓶颈 3：库存多

瓶颈 4：货品管理

瓶颈 5：回款难

3、零售加盟商现实的想法

第三部分：零售加盟商必须思考的经营问题

1、散货经营的利弊分析

做品牌一定要有一定的合理库存（进货与库存，如何算好这笔账）

2、顾客凭什么要进你的店铺

2.1 店铺形象的吸引力（引导学员做终端必须先做形象，提升卖场的吸引力）

2.2 品牌的吸引力（引导学员要有品牌意识）

2.3 老客户的转介绍（引导学员要有服务意识）

2.4 老字号店（店铺出名、产品出名、人出名）

2.5 促销的吸引力（引导学员如何做差异化的促销，提前消化库存）

2.5.1 促销的目的和原则

2.5.2 促销的要点

2.5.3 案例互动研讨

2.5.4 创意促销：6个最新颖的促销案例

3、顾客为什么要购买你的产品

3.1 产品的款式、质量、价格

3.2 导购的引导

4、顾客说价格贵给我们的反思

4.1 提升销售技能话术

4.2 目标消费顾客的定位

（在什么地方卖？卖给谁？引导学员清晰目标顾客与品牌定位的匹配）

4.3 卖场的定位（引导学员做品牌、走专柜和专卖）

第四部分：观念驱动品牌，信心占领市场

1、做品牌就是做信心

2、是什么促使我们要做品牌

3、看清局势、掌握趋势

5.1 目前行业的分析和前景（提升学员对行业的认知和对行业的信心）

5.2 大品牌与我们现在经营品牌的博弈分析 (引导学员寻找竞争的差异化)

5.3 我们现在经营的品牌优势 (引导学员对目前经营的品牌信心)

5.4 看清局势，掌握趋势

5、正确的选择和选择正确的方向

6、影响店铺销售业绩的 12 个关键业绩指标

客流量 进店率 接触率。。。。。。。。。。

第五部分：行业趋势，终端建设盈利基石

1、案例研讨：盈利终端

某品牌赵总在品牌推广上花了重金，招商也非常成功，招商会结束后，整体业绩却不见提高。

2、强化终端品牌建设

3、强化终端导购培训

4、强化品牌意识

第六部分：突破终端经营瓶颈

1、店铺盈利的因素

2、占领商圈 (引导学员快速抢占有利店铺，走专卖和专柜，否则，等想做的时候，店铺已经被竞争对手抢占了)

3、拓展品牌终端市场

4、顾客等服务到服务等顾客

5、做赢终端看什么

6、经营观念要更新

7、终端的看家本领

8、终端盈利的关键指标

9、终端库存五大杀手的原因分析

10、盈利终端之一：销售技巧

(引导学员将重点放在自己的身上，没有卖不出去的产品，只有不会卖产品的人)

1) 销售的基本原理

2) 终端营销与情感营销

3) 终端销售流程

4) 销售要以什么为导向 (图片研讨与分析)

5) 顾客购买心理及行为变化的过程

6) 消除顾客异议案例研讨 (重点)

案例 1：我随便看看 导购应对话术：

案例 2：这个品牌没有听说过，是新牌子吧

案例 3：别的品牌比你们响，价格比你们低

案例 4：价格太贵了，能不能少一点

案例 5：产品质量有问题

。。。。。。。。。。

案例 18：我先看看，改天你们有优惠时我再来买

11、诱导顾客成交——促成

1) 成交三原则

2) 克服成交的心里障碍

- 3) 识别顾客购买的信号
- 4) 成交的 11 个方法
- 12、突破终端经营的其他要素

第七部分：合作共赢

- 1、信心
- 2、忠诚
- 3、价值观统一
- 4、合力