

《店长特训营——提升店铺业绩》培训提纲

管理培训专家 柳叶雄

【培训对象】 店长

【培训时数】 3天（店长系统篇3模，每模3天4夜，另见介绍）

【课程特色】

- ✦ 该课程通过工作中的实际案例，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，先启动学员的思维模式，掌握思考问题的方法，然后引导学员掌握店铺盈利的要素，学会诊断店铺业绩的核心指标，同时了解顾客购买的动机、掌握顾客异议及处理的方法，从而引导顾客成交，提升单店销售业绩。
- ✦ 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：—— 学员思维得到启发，综合管理能力得到提升，学会发现问题、分析问题和解决问题

得到：—— 学员掌握店铺盈利的12要素，学会诊断技术，从而掌握提升店铺销售业绩的方法

得到：—— 针对不同客户的异议，学会如何应对以及掌握顾客购买的原动力，从而促进成交率

得到：—— 学员掌握了带团队的方法，掌握激励的技巧，清晰团队战斗力的提升带动销售业绩

【授课方式】



· 讲授

· 练习

· 角色扮演

· 启发式、互动

· 游戏

· 小组讨论

· 案例分析

式教学

【课程大纲】

第一部分：正能量的引爆

第二部分：释放思维 管控黑洞

第三部分：店铺盈利的12关键指标

第四部分：激励团队 创造感动

第五部分：掌握销售的基本原理

第六部分：提升单店销售业绩

第七部分：作业布置

第一部分：正能量的引爆

导读：第一部分重点引导学员正视自我，引爆自我能量，清晰角色，从站在老板的立场、店长的立场、员工的立场综合考虑店铺的运营与管理。清晰三者之间的博弈，从而引发作为一名优秀的店长，最需要解决的事情有哪些？这为第二部分“释放思维、管控黑洞”打下基础。

一、自我思考

二、了解老板的困惑

三、清晰店长的困惑

四、店老板与店长的博弈

第二部分：释放思维 管控黑洞

导读：在第一部分的基础上，第二部分开始引导店长找到影响店铺业绩和利润的管控关键点，同时引导店长清晰顾客凭什么要进你的店，凭什么要购买你的产品，从而引导店长关注服务、掌握人性营销，同时为第三部分讲述“店铺的关键业绩指标”打下基础。

一、是谁偷走了店铺的利润

- 1、硬件成本（店长难以改变）
- 2、软性成本夺走了店铺的利润（重点，这就是店铺的黑洞）
- 3、看视频反思
 - 1) 看案例反思
 - 2、“机械式”的导购
 - 3) “看不起顾客”的导购
 - 4) “缺乏耐心”的导购
 - 5) “嘴拙”的导购
 - 6) “与顾客争论”的导购

二、思维的释放

- 1、顾客凭什么进你的店？
- 2、顾客凭什么要购买你的产品？
 - 案例1：强化销售技巧
 - 案例2：如何引导店员“创造感动”
- 3、如何让顾客感觉到赚了便宜？
 - 案例：研讨
- 4、做销售最难得是什么？

5、清晰业绩停滞不前的根源——我是一切的根源

第三部分：店铺盈利的 12 关键指标

导读：在前面两部分启发学员的思维后，第三部分直入店铺的核心，引导学员清晰影响店铺业绩的核心关键指标，并以 4 个指标为案例进行诊断，从而告之学员不仅要熟悉业绩关键指标，还要学会诊断与改进。

一、店铺赢利的因素

二、找对人做对事

三、做赢终端看什么

四、影响店铺盈利的 12 关键指标

- 1、客流量
 - 2、进店率
 - 3、成交率
 - 4、客单价
- 5、连带率
 - 6、介绍率

第四部分：激励团队 创造感动

导读：通过第三部分的讲解，店长掌握了核心盈利指标以及诊断技术后，但要实现店铺的盈利，不仅是靠店长一个人就可以实现，必须要依靠团队，为此第四部分重点讲述激励团队的方法，激励团队用正能量去感动顾客，从而提升业绩，达成设定的目标。

- 1、小组探讨店铺人员所遇到的问题有哪些？
- 2、了解店员的需求
- 3、激励店员的方法
- 4、创造感动

柳叶雄语录：店长要教导店员由**产品营销**到**服务营销**再到**感动营销**（创造感动）

第五部分：掌握销售的基本原理

导读：在第四部分讲述激励之后，业绩的提升仍需要销售技巧的提升，为此从第五部分开始，重点先讲解销售的原理，只有掌握了原理，那么后续第六部分讲解的销售技巧，学员就能举一反三，灵活运用，依据不同的店铺进行不断改进和完善，

销售原理一：了解我们销售的是什么

- 1、销售的是什么
- 2、顾客买的是什么

3、互动演练

销售原理二：销售要以什么为导向

销售原理三：销售的本质是什么

案例 1：强化销售技巧

案例 2：如何“创造感动”

销售原理四：顾客购买的心里行为是如何变化的

第六部分：提升单店销售业

导读：在第五部分讲述销售原理后，其中提升店铺业绩的方法有很多，第六部分重点从促销技术、销售技术两个方面提升学员的综合能力，以销售实战演练让学员现学现用，同时掌握管理工具，为课后自我改善打下基础。

一、顾客凭什么进你的店

- 1、店铺的形象（请提供目前店铺较好和较差的店铺图片对比）
- 2、促销与活动的吸引力
 - 2.1 促销的目的和原则
 - 2.2 促销的要点
 - 2.3 案例互动研讨
 - 2.4 创意促销：6个最新颖的促销案例

二、顾客凭什么要购买你的产品？

- 1、产品的款式、质量、价格
- 2、导购的引导

三、顾客说价格贵给我们的反思

- 1、提升销售技能话术
- 2、目标消费顾客的定位
- 3、卖场的定位

四、销售技巧实战训练

1、案例研讨：

某顾客在店铺里面看转过一圈后，然后到某个产品前，和导购员说：“小妹，我刚从对面那家店看过来的，感觉你们这个产品的款式和质量都没有对方好呀！”

- 2、销售前，导购员要做的重要几点有哪些？
- 3、如何向顾客销售利益
- 4、销售技巧的训练
 - 1) 礼貌迎接顾客，拉近距离 挖掘需求客户，引导顾客体验消费
案例 1：顾客进店，离销售人员越来越近。。。导购该如何做？
案例 2：导购热情接待，顾客无表情回答“我随便看看”
案例 3：顾客与同伴（陪伴者）一起进店
 - 2) 顾客进店后，观察顾客动态，依据不同动态引导顾客消费
案例 1：顾客进店后，直奔某款产品

案例 2：顾客进店后，在某款产品前停下来细看

案例 3：顾客进店后，导购靠近，顾客说，我自己看，不要向我推销（介绍）

3) 顾客进店后，挖掘顾客需求，处理顾客异议，适时销售

案例 1：顾客进店后，看了款式后，把多款产品拿在一起进行比较

案例 2：顾客看了很多，感觉都不是很满意。。。。。

案例 3：顾客说：“我考虑一下吧或者说我回去商量一下”

4) 处理好顾客的价格异议，伸向顾客的腰包距离就近了

案例 1：顾客看了后都很满意，一看到价格后就不买了

案例 2：顾客拿起产品，问到价格后转身就走

案例 3：我刚看了一款质量和款式和你们一样的产品，你们比他们卖得太贵了点

第七部分：作业布置

- 1、找出目前店铺的“黑洞”，马上采取的应对措施
- 2、列出店铺核心关键指标的诊断方法和改进措施
- 3、拟定对店铺人员的有效激励方法
- 4、销售异议应对策略的汇总
- 5、设定月度店铺业绩基本目标和挑战目标，并拟定奖惩规则

小结：未来竞争激烈的市场，谁是最後的英雄？先看品牌的终端运营和盈利实力，实力源自系统的提升，本课程着力打造“盈利派的店长”，从店长的正能量引爆、启动自我思维力、改善力，找到吃掉店铺利润的黑洞，掌控店铺盈利的关键业绩 12 指标，激励团队、感动顾客、强化销售技巧从而提升单店销售业绩。全方位核心的解读，并以作业方式让学员学以致用，让培训落地执行，让您的团队赢在终端！