

《如何提升单店销售业绩》培训提纲

管理培训专家 柳叶雄

【培训对象】 督导、店长、导购

【培训时数】 2天（3天版的另见新版本）

【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，逐步引导学员掌握影响店铺盈利的要素，了解顾客购买的动机、掌握顾客购买的异议及处理的方法，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：—— 学员掌握店铺盈利的12要素，从而学会店铺盈利的技术，提升店铺销售业绩

得到：—— 针对不同客户的异议，学员学会如何应对，从而促进成交率

得到：—— 学员掌握顾客购买产品的原动力，从而提升成交率和促进销售业绩的提升

得到：—— 学员综合素质得到提升，店铺核心竞争力得到体现，盈利在于技术和团队的提升

【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】

第一篇：思考篇 是谁“偷走”了店铺的利润

第二篇：店铺盈利的12关键指标

第三篇：如何“走进来”和“走出去”

第四篇：提升销售技能 提升单店销售业绩

第一篇：思考篇 是谁“偷走”了店铺的利润

一、硬性成本夺走了店铺的利润

- 1、店铺的租金
- 2、价格战
- 3、店铺人员的工资

二、软性成本夺走了店铺的利润

- 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、明白店老板与导购的博弈

- 1、店老板要什么
- 2、店长要什么
- 3、导购要什么
- 4、是什么维系店老板与导购的纽带

第二篇：店铺盈利的 12 关键指标

一、店铺赢利的因素

- 1、店铺的选址、店铺的形象、店铺的环境与卖场氛围
 - 2、产品的结构、合理的订货、陈品的陈列、商品的管理
 - 3、有效的促销、库存的处理、**销售技能的提升**
 - 4、团队的组建、人员的管理、数据的管理、售后的服务
 - 5、活动的策划、渠道的扩展和渠道的维护

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、连带销售率
 - 6、介绍率

第三篇：如何“走进来”和“走出去”

一、顾客凭什么走进来

- 1、店铺形象的吸引力
- 2、品牌的吸引力
- 3、顾客的转介绍
- 4、老字号店
- 5、促销与活动的吸引力
 - 5.1 促销的目的和原则
 - 5.2 促销的要点
 - 5.3 案例互动研讨
 - 5.4 创意促销：6个最新颖的促销案例

二、顾客不进来，我们如何走出店铺创造业绩

- 1、老顾客资料的收集
- 2、老顾客的拜访
- 3、团购的艺术

第四篇：提升销售技能 提升单店销售业绩

一、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

二、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

三：了解销售的基本原理

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：顾客购买的心理行为是如何变化的

四、如何让顾客感觉到赚了便宜？

案例：美国的一个展馆

五、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) 销售服务流程及实战技巧策略
- 2) 专业知识、巧借道具
- 3) 向顾客销售产品 FABE 推销法
- 4) 以服务制胜
- 5) 给顾客量身定做

案例研讨：

6) 顾客购物心里变化分析及应对

- 6.1 顾客是因为什么而进店，如何引导顾客进店？
- 6.2 为什么顾客只看不买，如何激发顾客的购买欲望？
- 6.3 为什么顾客会拿竞品来比较，如何应对顾客此类问题？
- 6.4 为什么顾客对导购有戒备心理，如何取得顾客信任？
- 6.5 为什么顾客最后购买前还会犹豫，如何促使他下决定？

7) 终端实战销售演练

- 7.1 学会揣摩消费者的心里
- 7.2 不要见面就卖货
- 7.3 如何应对攻击型的顾客

7.4 礼貌迎接顾客，拉近距离 挖掘需求客户，引导顾客体验消费

7.4.1 不同顾客进店，导购的欢迎词话术

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

7.5 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）

7.6 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”

7.7、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

5、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