
移动互联网时代经营型店长

【课程背景】

电商，大家都知道，你知道互联网思维吗？你知道，移动互联网时代吗？

2003年淘宝刚刚出现在我们视野的时候，我们没有触动，觉得，这个销售方式，是做不长的。

当淘宝“光棍节”做了1个亿时，很少有实体企业，想到要去做电商。

2012年的11月11日，淘宝商城成交金额创造了新的纪录——191亿元。2014年成交金额570亿。人们这才惊叹于电商的影响力，网络，改变了销售格局，我们，触动了。

当我们在探讨电商的时候，我们发现，周边的人，都成了低头族，手机，出现了一个新的销售词“微商”，2014年，也被称为“微商”元年。

现在，零售行业品牌林立，通路多样，消费无界线，处于供大于求，商品的高度同质化，价格透明化，消费者更趋向理性化，个性化，我们处于移动互联网的时代，零售终端的店长，如何打造零售终端的核心竞争力，是目前品牌持续发展的关键阶段。本课程将围绕零售终端的综合管理，对受训学员进行全方位的专业培训。

【授课时长】

2天(12小时)

【课程收益】

- 一、了解行业发展趋势，清晰市场的变化,从而提升门店的业绩；
- 二、移动互联网时代以人为本，明确粉丝对门店的重要性；
- 三、商品的库存成为门店盈利的关键点，掌握最新的商品管理思维。

【授课对象】

经销商、零售经理、零售督导、店长

【课程特色】

实例讲解、头脑风暴、案例研讨、小组讨论、角色扮演

【课程大纲】

单元一、

目标管理

1-1 目标抑制

1-2 高效目标分解实施模型

1-3 目标分解管理系统

目标分解 5 步骤

梳理具体考核指标 5 流程

1-4 高效目标管理方法

生命周期分析法

时间序列法

线性回归法

1-5 高效目标分解操练

公司目标制定工作规范

团队成员目标计划矩阵

团队成员周绩效计划表

目标管理与评价系统图

1-6 计划落实管理系统

计划 6 种类型

计划制定 5 步流程

计划落实监控 5 事项

1-7 高效计划落实方法

滚动计划法

PDCA 循环法

OGSM 计划模型

关键路线网络图 3 课时

1、设置首要目标，是成功的第一步；

2、明确制定目标的方法；

3、有效实施目标管理。

单元二、

粉丝经济 案例分析：粉丝管理能带来多少效益

2-1 粉丝管理对零售的意义

什么是粉丝

粉丝的作用

2-2 粉丝流失的原因分析

品牌粉丝现状

品牌方关注度

客户方的选择性

2-3 粉丝营销的七大流程

明确实行粉丝的目标是什么

粉丝的目标客户群

为会员选择正确的利益

做好财务预算

为会员构建一个沟通的平台

粉丝的组织与管理

数据库的建立与管理

2-4 粉丝顾客的有效维护步骤

粉丝大数据登记表

三个短信一个电话

新工具的使用 2 课时

1、用户群体是企业发展壮大根本，为企业引流非常重要；

2、粉丝对于企业的忠诚度非常高；

3、粉丝的维护需要长期和持之以恒；

4、要与时俱进的和粉丝互动。

单元三、

团队塑造 3-1 组建团队

群体不等于团队

团队成员的分工

团队成员的协作

团队的行为曲线

团队 4 种基本类型

3-2 提高绩效

个人绩效及提升

团队绩效及提升

组织绩效及提升

整体绩效循环模式

3-3 打造高绩效团队

高绩效团队五大表征

高绩效团队四大类型

高绩效团队 8 种角色

团队绩效提高 17 大关键点

3-4 如何建立良好的工作关系

互信的工作关系是管理的前提

理解他的需要并且帮助他成功

运用同理心与成员进行深入的交流

3-5 无缝沟通管理系统

团队沟通 3 层面

沟通回应 4 风格

团队沟通 5 有效

有效倾听 5 层次

积极倾听 7 部位

团队沟通 6 步骤 3 课时

1. 针对你的团队的实际，制定员工的使用策略。

2. 青年：有意识扶植后备队；

3. 中年：尽快承担责任、加强能力的深度，推动老人持续进步；

4. 老人：保持学习和成长热；

5. 针对各个员工制定发展计划（行动）。

6. 重视建立非正式关系，掌握成员的思想动态；

7. 在谈话中深入了解下属的思想：管理谈心的过程

单元四、

问题分析技巧

4-1 类别分析法

- 进店率
- 成交率
- 成交客数
- 购买件数
- 平均单价

4-2 影响店铺的销售实现的因素分析

- 客流量
- 员工销售意识与能力
- 商品构成与适销性
- 店铺运营与工作分配
- 提升重复购买
- 提升连带销售

4-3 店铺销售健康指标的构成与分析方法

- 目标达成率、累计销售进度
- 同比增长率、环比增长率
- 客单价、连带率
- 人效、平效、商品存销比
- 会员数量、会员重复购买率 2 课时

- 1、从店铺整体来分析；
- 2、从类别进行分析；
- 3、通过各项分析，找出具体问题，提升销售业绩和利润。

单元五、

商品管理 5-1 产品企划

- 市场预测：PEST 工具
- 产品分析：SCQD 工具
- 商品组合：产品生命周期工具

5-2 根据门店数据分析，有效进行货品调整，降低库存

- 总销售额
- 同比
- 售罄率
- 周转率
- 牛鞭效应

5-3 促销---拒绝廉价 2 课时

- 1、商品管理是企业盈利的重要环节；
- 2、订货---库存的源泉，订好货，就成功了一半；
- 3、订货的关键是行业经验+数据分析；
- 4、销售中如何去库存，是企业盈利的重要环节，要把握住其中的关键点。’