
移动互联网时代营业厅业绩倍增

【课程背景】

你还在用：

大量的线下广告，最多再加些 PC 互联网的广告，然后通过更多的广告宣传来刺激客户的兴趣，从而让客户记住产品，最终走进营业厅？

靠现场促销、POP 等方式刺激客户最终的购买欲望，完成一个新客户发展流程？

随着互联网的快速发展，电信运营商的客户发展与客户维系都将发生变化，与此同时，在客户销售的实际过程中也发生很多变化，顾客的信赖感建立模式、客户心理的要点及要点间的关系发生变化、客户更难跟踪、销售误区存在没有解决，而且频频出现新的问题，面向这种形势，作为销售人员要完成业绩，要适应市场的发展和客户销售行为的改变，针对性的进行销售，掌握足够的销售技巧，建立很强的销售自信，最终实现业绩的提升。

【授课时长】

3 天(18 小时)

【课程收益】

- 1、了解影响销售业绩的问题
- 2、掌握建立客户信赖感的九个步骤
- 3、了解客户心理的要点及要点间的关系
- 4、掌握如何有效进行客户跟踪
- 6、熟悉客户沟通中应避免的错误及常见的销售误区
- 7、掌握如何有效客户沟通及建立良好关系
- 8、分享国内优秀运营商销售骨干人员的“销售跟随”经验，并结合自己的情况转化成工作的技能

【授课对象】

销售经理/大区经理/营运经理、正、副店长/主管/领班、门店储备人才及培养发展对象，人力资源培训经理、营运督导、企业内训师及经销商、老板等渴望提升门店经营管理水平的人士。

【课程特色】

1、课程由浅入深、采用案例分析、模拟演练、小组讨论、导师点评，实战与理论相结合，逐步引导学员改变思维、突破思维，深刻去感悟，最后改变自我的思维及行为。

2、吕老师的实战经验丰富，课程幽默风趣、通俗易懂，能快速引起学员的共鸣，课程中运用大量的教练技术，能引导学员自我思考，从而达到课程目标。

3、课程互动与实战案例多，能引导学员自我突破，自我提升。

【课程大纲】

单元一、

目标与计划

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 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

1-6 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

工具：SMART：工作目标确立的原则 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 3 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、

视觉销售法 3-1 店铺重点销售区域布局及作用

- 了解店铺重点销售区域的位置及作用
- 确定重点销售区域所放的商品性质
- 检查陈列细节（灯光、配饰等）

3-2 顾客动线对销售的作用

- 什么是顾客动线
- 如何了解顾客动线
- 如何分析顾客动线

3-3 主推陈列

- 了解商品销售情况
- 被忽视的平销商品调整

3-4 观察竞品进行差异化调整

- 风格、色彩的差异吸引
- 突出商品的优势

3-5 活动期间的陈列调整

- 分析活动内容的亮点是什么？
- 根据内容调整活动商品的陈列位置

3-6 根据天气变化及时调整

- 提前关注气温变化
 - 满足顾客突发的购物需求 3 课时
- 1、提升进店率和消费者逗留的时间；
 - 2、通过视觉，促进消费者消费；
 - 3、加深消费者对品牌的印象。

单元四、

用好团队 4-1 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
 - 4-2 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
 - 4-3 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
 - 4-4 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

4-5 如何运用沟通的三种表达语言

- 文字语言
- 声音语言
- 肢体语言

4-6 适时激励管理系统

- 激励理论 5 模型
- 激励管理 5 原则
- 物质激励与精神激励 3 课时
 1. 有意愿缺乏能力的政策；
 2. 没有能力也没有意愿的政策；
 3. 有一定能力但有很强意愿的政策；
 4. 有能力但意愿懈怠的政策；
 5. 针对你的团队的实际，制定员工的使用策略。
 1. 青年：有意识扶植后备队；
 2. 中年：尽快承担责任、加强能力的深度，推动老人持续进步；
 3. 老人：保持学习和成长热；
 4. 结合工作分配来发展团队；
 5. 针对团队的实际，制定队伍发展规；
 6. 针对各个员工制定发展计划（行动）。

单元五、

问题分析技巧

5-1 类别分析法

- 进店率
- 成交率

-
- 成交客数
 - 购买件数
 - 平均单价

5-2 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

5-3 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

5-4 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

5-5 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 3 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。

单元六、

教练技巧 6-1 了解学员

- 成人学习的特性 A-I-A-R-P
- 成人学员喜欢的课堂气氛

6-2 教练技术管理系统

- 教练下属 3 个必需
- 日常教练 5 个重点
- 现代教练五大步骤

6-3 现代教练辅导方法

- 绩效水平与培训需求 4 维矩阵
- 走动式管理 MBWA
- 系统思考方法

6-4 教练辅导的主要技术

- 倾听
- 提问

☐ 好奇心

☐ 处身现在

☐ 教练的自我管理

工具：新人培训跟进表 3 课时

1、打造团队，培养人才梯队；

2、成人学习培训以落地为主；

3、教练技术适合人数较少；

4、教练技术的方法和步骤。