

课程大纲

(课时 12 小时/2 天)

序言：< 2009 年营销大环境分析 >

---金融危机深入实体经济对陶瓷卫浴行业营销的影响

第一篇：马步长拳---专业店长营销管理技能内功修炼

A . 店长必须做好的 8 项工作

- ① 做代表人的工作 ② 做情报收集者的工作
- ③ 做调整者的工作 ④ 做传达者的工作
- ⑤ 做指导者的工作 ⑥ 做管理者的工作
- ⑦ 做保全者的工作 ⑧ 做活动者的工作

B . 店长应备的 8 项基础能力

- (1) 思考力 (2) 判断力 (3) 领导力、 (4) 指导力
- (5) 沟通力 (6) 说服力 (7) 应变能力 (8) 情报收集力

C. 店长应备的备的 8 项素质

- (1) 热情 (2) 积极 (3) 开朗 (4) 感性
(5) 协调性 (6) 责任感 (7) 归属感 (8) 行动力

D. 店长必要熟知的店员培训项目

- 1、角色融入培训
- 2、经营管理培训
- 3、商品管理培训
- 4、销售技巧培训
- 5、行政能力培训
- 6、卖场运作培训
- 7、服务理念培训
- 8、团队精神培训

第二篇：秘密武器---店面营销管理的六大原则

1.互惠原则 2.承诺原则 3.认同原则

4.喜好原则 5.权威原则 6.短缺原则

第三篇：炉火纯青---- 20 大店面营销管理核心问题研讨

(可任选需要的主题，一天的课程建议不要超过 10 个主题)

一、专业店面管理之“道”

1、提升卖场业绩的三大法宝

- 2、影响卖场销售业绩的必知"四大因素"
- 3、消费的规律及顾客服饰消费心理分析
- 4、如何活化卖场，吸引顾客走进卖场
- 5、销售人员与顾客沟通的基本原则
- 6、如何有效掌握销售中与顾客沟通的技巧
- 7、如何察言观色说出顾客爱听的话且成功赞美
- 8、如何吸引顾客光临并延长其留店时间
- 9、如何巧妙问话，探询出顾客最根本的需求
- 10、导购如何成为受顾客尊重的专业形象顾问

二、专业店面管理之“术”

- 11、如何向顾客做积极的产品推荐与展示

- 12、有效应对顾客的异议，并快速成交生意
- 13、激发顾客想象力，给顾客创造一个非买不可的理由
- 14、处理顾客讨价还价的 10 种方法
- 15、各种顾客的消费类型分析
- 16、掌握不同种类的顾客消费需求
- 17、产品陈列的技巧与细节
- 18、导购员的团队意识训练
- 19、导购员如何建立超强的执行力
- 20、如何维护顾客的关系，让店铺持续盈利