
《创造 超越 共赢》

(主讲：王同)

本课题是经销商大会课程，即学员是经销商老板或操盘手，课程内容一般会有订制要求

本课程已服务过红星美凯龙、格力、劲霸、千年舟、新日、普利司通、飞鹤、丹姿.....

- **培训对象**：经销商大会课程（更多内容需要订制）
- **培训目标**：增进厂商合作、提升客户理念、强化市场精耕（或规范化经营/团队管理等）
- **培训时间**：6小时，即壹天；
- **培训方式**：课堂讲授、案例分析、小组研讨等启发式、互动教学
- **课程大纲**：

第一节：共赢——同理心沟通，共赢发展（1.0hr）

一、经销商很重要：有什么样的客户就有什么样的市场

二、厂商之间的矛盾性与互依性

讨论：经销商如何如何向厂家要政策？

三、共赢发展——等价的利益交换（硬件+软件）

第二节、超越——打造有战斗力的团队(2.5hr)

一、从业务型老板到管理型老板

- 1、管理是通过别人达成目标的学问
- 2、做你该做的事——不要当保姆！
 - (1)保姆型管理者实际是管理能力不济！
 - (2)懂得放权，你才能驾驭更大的平台！
- 3、从经验管理到科学管理——打造自动档挣钱机器

二、打造有战斗力的团队

1. 研讨：高效团队的基本特征（有核心、有共同的目标、学习型、正能量...）
2. 让团队更有凝聚力
 - (1)团队要有核心
 - (2)要有共同的经历
3. 营造良好的管理氛围
4. 如何组织员工打一场漂亮的攻坚战？
5. 让员工更有积极性（物质激励+非物质激励）

第三节：创造——立足门店要业绩(2.5hr)

一、一切为了业绩！

1. 思考：终端团队缺乏业绩意识，会有哪些表现？
2. 业绩型的老板/店长会做什么？（素描）

二、门店业绩从哪里来？（门店业绩诊断思路）

1. 客流量：客流量是立地经营的基础，品牌定位与商圈选择、门店位置及条件；
2. 进店人数：位置、装修、橱窗/陈列、销售氛围、促销活动、增值服务；
3. 深度接待率：店内布局与动线设计、迎宾技巧、体验服务成效；
4. 成交率：需求把握精准、方案设计贴心、异议应对有效、临门一脚技巧；
5. 客单价（连带率、品单价）：商品结构、出样、连带销售技巧、例会、考核；
6. 重复购买/转介绍：会员/价值客户维护、转介绍激励

三、门店业绩提升策略

1. 门店可设动资源：人、货、场、营
2. 工具：门店业绩提升 4*6 策略表

最后：学员疑难问题破解或优秀案例分享

（以下空白）