

培训主题：《互联网+实体店铺业绩提升之道》

一、【课程前言】

俗话说：开店容易做好难，做好容易做大难，做大容易做强难，做强以后持续提升很艰难，尤其是互联网对实体店铺的冲击越来越明显。作为店铺的经营管理者，您是否正在为顾客数量不足而发愁？您是否正在为营业额徘徊不前的事情伤脑筋？

本课程将以专卖店经营管理为主轴，本着“实用”、“可操作”为课程设计的出发点，详细介绍专卖店提升业绩的经营和管理思路，帮助专卖店经营管理者提升管理能力和销售能力，从而使店铺业绩不断攀升！

二、【课程收益】

- 1、了解互联网对实体店铺的冲击及在互联网冲击下实体店铺的升级改造重点
- 2、掌握店铺业绩诊断的思路、方法、工具，并通过分析销售数据指标，找到提升销售业绩的改进行动方案。
- 3、通过对影响业绩因素的客观分析，掌握如何运用互联网思维来提高店铺客流量、入店率、接触率、体验率、成交率、客单价、回头率的整体思路和实用方法，并体会到以往没有引起注意的细节，在销售点中突破自我，从而再创佳绩。
- 4、掌握如何探询顾客需求背后的需求、如何生动化的产品推荐、如何有效处理顾客异议、如何提升店铺服务质理等店铺销售及服务的实用技巧，从而提升店铺销售业绩。

三、【课程对象】

企业老板、营销总监、区域经理、督导、店长

四、【培训时间】

2天

五、【培训方式】

课堂讲授+案例分析+小组讨论+现场演练+多媒体视频+游戏互动

六、【培训大纲】

第一章 互联网冲击下实体店铺的升级改造重点

- 一、互联网对实体零售店铺的冲击和影响
- 二、互联网时代实体店铺的升级改造重点
 - 1、目前实体店铺销售存在的主要问题

- 2、传统零售与互联网的融合在哪里？
- 3、互联网时代实体店铺的 O2O 模式

第二章 实体店铺诊断

- 一、店铺诊断四大方法
- 二、店铺诊断九大维度
 - 1、商圈诊断
 - 2、立地诊断
 - 3、顾客诊断
 - 4、店铺功能诊断
 - 5、店铺陈列装饰诊断
 - 6、商品/齐全度诊断
 - 7、促销诊断
 - 8、待客、应对诊断
 - 9、竞争诊断
- 10、现场练习：画出店铺诊断之雷达图
- 三、数据分析-快速诊断店铺问题的关键
 - 1、销售额 2、分类额/占 3、客单价
 - 4、坪效 5、毛利率 6、同比 7、库销比
 - 8、畅/滞销款 9、人效 10、平均单价
 - 11、连带率 12、流失率
- 四、店铺诊断分析工具
 - 1、鱼骨图
 - 2、问题树
- 3、练习：利用工具对店铺业绩下滑分析

第三章 如何提高店铺客流量

- 一、新坐商的四种种演变
 - 1、视频分享：《这个叫花要钱有一招》
- 二、影响客流量的因素
- 三、传统品牌宣传
- 四、新媒体—微信营销
 - 1、微信公众号的四大作用
 - 2、微信神器：吸粉、O2O 互动、拓客
 - 3、微信营销五种动作：吸过客、集访客、激潜在客户、转现客、养忠客
 - 4、微信营销实战案例分享
- 五、拓展店铺营销渠道
 - 1、现场测试：对渠道的认识和理解
 - 2、分享：都江堰工程对渠道建设的启示
 - 3、店铺营销渠道建设三大策略
 - 4、营销渠道拓展三大核心思想
 - 5、店铺营销的六种渠道
- 五、店铺实效促销

- 1、促销的七大目的
- 2、促销的五大误区
- 3、促销的 28 种基本招式
- 4、高效促销的十字真经

第四章 如何提高顾客进店率

- 一、消费的进化与层次
- 二、影响进店率的因素分析
- 三、店面环境的“二次设计”
- 四、增强卖场活力的六要素
- 五、导购的终端拦截和引导

第五章 如何提高与顾客的接触率

- 一、卖场客流动线设计与改进
- 二、关注吸引顾客的“磁石”点
 - 1、优势资源
 - 2、定价技巧
 - 3、商品陈列
 - 4、商品组合
- 三、提升与顾客接触的技巧
 - 1、迎接顾客的六大注意事项
 - 2、迎接顾客的四个阶段与技巧

第六章 如何提高顾客的体验率

- 一、顾客体验对销售的影响
- 二、顾客体验的目的
- 三、瞬间服务：
 - 1、硬体验
 - 2、软体验
- 四、让顾客多停留一分钟的四大策略
- 五、引导顾客体验的技巧
 - 1、创造独特相关的顾客体验
 - 2、不同说服模式顾客的体验重点
 - 3、客户体验五步曲
 - 4、顾客体验的方法

第七章 如何提高成交率

- 一、探询顾客需求背后的需求
 - 1、需求的冰山理论
 - 2、提问的五个步骤
 - 3、NEADS 询问模式 VS SPIN 询问模式
- 二、有效的产品推荐——呈现商品的价值
 - 1、推荐产品时应考虑的三个方面
 - 2、产品推荐的准则
 - 3、FABE VS BFEB 产品推荐法

三、妥善处理顾客异议

- 1、店铺销售中常见的顾客异议
- 2、处理顾客异议的四种策略
- 3、处理顾客异议的 2E2C 流程

第八章 如何提高客单价

- 一、提高客单价连带销售是关键
- 二、提高客单价的三种途径
- 三、连带销售的时机及切入点
- 四、连带销售的几大注意事项
- 五、顾客可能的异议与解决方案

第九章 如何提高顾客回头率

- 一、用服务让顾客喜欢回头
 - 1、提高顾客满意度的五个维度
 - 2、提高百货商场服务质量的三个关键点
 - 3、提升顾客满意度的四个策略
 - 4、顾客投诉处理技巧
- 二、用制度保证顾客愿意回头
 - 1、VIP 会员制营销
 - 2、客户忠诚计划的核心—利益包