

# 《炒机炒店实战培训》

## 一、课程背景:

---

随着各大运营商之间竞争的加剧，渠道、终端和门店需要通过多种多样的形式来吸引客户的眼球。定期举办炒机炒店的活动可以在增强宣传效果的同时提升业绩，因此必须对这种营销形式加以重视。

我们在大量的培训辅导中发现，许多同事在实际操作过程中还是存在很多走流程的现象，因此本课程将给学员提供系统的思路和实用的工具帮助其提升炒机炒店的效果。

## 二、课程目标

---

- 清晰整个炒机炒店的操作流程，熟悉每个流程当中的关键影响因素；
- 通过和友商的对比，知晓移动在炒机炒店过程中的优劣势，做到知己知彼；
- 学习在炒机炒店实战过程中遇到的一些典型问题，增强对突发事件的处理能力。

## 三、课程大纲:

---

### 第一部分、炒机炒店工作的价值和必要性

- 炒机炒店工作的现实意义
  - ◇ 增强与客户的接触与互动
  - ◇ 加强宣传力度和品牌形象
  - ◇ 快速提升销量和业绩
  - ◇ 提升人员能力积累营销经验
- 不同类型店面的炒店意义
  - ◇ 生店炒熟吸引人气
  - ◇ 熟店炒热拉动销量
  - ◇ 热店炒火提升规模
  - ◇ 火店炒爆带动渠道

- 头脑风暴：三家运营商在炒机炒店方面有什么差异

## 第二部分、炒机炒店活动成功的关键要点

- 人流转化的过程
  - ◇ 聚人气为人流
  - ◇ 拦人流为客流
  - ◇ 引客流为销量
  - ◇ 化买卖为朋友
- 操作过程中的原则
  - ◇ 工具要傻瓜
  - ◇ 方案要个性
  - ◇ 细节要重视
  - ◇ 模式要创新

## 第三部分、炒机炒店的成功四步曲

### 1. 门店分析与方案制定

- 门店现状分析
  - ◇ 门店的商圈位置特点
  - ◇ 门店的人流客流数量
  - ◇ 商圈竞争态势分析
  - ◇ 门店宣传与推广的优势
- 炒机炒店前期方案的制定要点
  - ◇ 活动主题的拟定
  - ◇ 目标客户和产品的选择
  - ◇ 活动内容和时间安排
  - ◇ 人员分工与前期培训
- 案例讨论—这样的门店适合什么形式的炒机炒店策略

### 2. 宣传预热与现场氛围营造

- 前期的宣传和预热
  - ◇ DM 单张的设计与派发

- ◇ 目标客户的短信通知
- ◇ 电话邀约与引导
- ◇ 海报宣传与造势
- ◇ 微信等互联网渠道推广
- 炒机炒店现场的布置与氛围营造
- ◇ 现场布置的三大原则
- ◇ 海报堆头和单页的摆放
- ◇ 引导区体验区等功能分区的设计
- ◇ 意向客户的动线管理
- 看图说话—这样的现场布置有什么问题

### **3.现场营销技能提升**

- 人员安排与分工协作
- ◇ 现场引导话术的要点
- ◇ 不同风格人员搭配的技巧
- ◇ 定期总结与会议的必要
- 现场营销流程和方法
- ◇ 察言观色辨用户
- ◇ 根据爱好做演示
- ◇ 见机行事做推荐
- ◇ 临门一脚要承诺
- ◇ 按需服务免投诉
- 情景演练—现场营销的演练及异议处理

### **4.活动总结与客户管理**

- 炒机炒店活动的总结与评估
- ◇ 目标实现
- ◇ 现场表现
- ◇ 人员管理
- ◇ 物料管理
- 后期客户的管理和跟进

- ◇ 成交客户的跟进
- ◇ 意向客户的回访
- ◇ 客户档案的建立与完善