

# 《转型后的营业厅营销及团队管理能力提升》

一、课程时间：2-3 天

二、课程对象：营业厅店长及骨干人员

三、课程目标：

1. 学习在营业厅硬件环境改造已基本到位的背景下，如何进行运营思路的转型、如何去营造和优化现有营业厅和网点的营销氛围，增强对客户的“黏性”；
2. 作为店长和管理人员，如何运用教练技术和有效的激励手段，提升一线人员的工作主动性，打造高凝聚力、高战斗力和高责任心的“三高”团队；
3. 掌握系统的终端体验式营销的思路和关键话术，通过录像分析和现场演练，提升学员的面对面的营销及营销管理技能，提高店面整体的营销成功率。

四、课程大纲：

## 第一部分：渠道转型的价值及营销氛围塑造

### ■ 转型对于渠道人员究竟意味着什么

- ◇ 模式转型
- ◇ 心态转型
- ◇ 技能转型

### ■ 店面销售布局的优化

- ◇ 看一下图片中的店面布局中存在的问题
- ✓ 终端陈列区的误区分析
- ✓ 客户等候区的盲点判断
- ✓ 自助服务区的机会把握
- ✓ 客户迎候区的要点陈述

- ◇ 终端陈列图片对照
- ✓ 这样的终端陈列存在什么问题
- ✓ 这样的的终端陈列有什么好处
- ✓ 终端陈列的三原则
- ◇ 海报设计图片对照
- ✓ 海报的价值何在
- ✓ 这样的海报，客户愿意看吗
- ✓ 海报设计的四项基本原则
- ◇ 堆头摆放图片对照
- ✓ 礼品堆头究竟该如何摆放
- ✓ 找一找图片中堆头存在的问题

## **第二部分：利用教练技术，打造团队凝聚力**

- **如何把适合的人放在合适的位置上**
- ◇ 员工沟通风格分析
- ◇ 如何最大限度的发挥每一个员工的潜力
- ◇ 店面“排兵布阵”的策略
- **运用教练技术打造高士气团队**
- ◇ 何谓教练技术
- ◇ 教练技术在员工沟通和辅导过程中的运用
- ◇ 有何有效运用多种激励手段，提升团队士气

## **第三部分：店内促销与炒店**

- **炒店前的准备与策划**

- ◇ 人员分工与协作
- ◇ 流程梳理与优化
- ◇ 主题策划与创新
- ◇ 现场管控与评估

#### ■ 炒店现场应注意事宜

- ◇ 厅外拦截人员的合理搭配
- ◇ 拦截行走顾客的动线站位
- ◇ 拦截人员的激励
- ◇ 促销区人员与门迎人员的衔接技巧
- ◇ 促销区人员的“三句话”打动顾客技巧

#### 第四部分：体验营销五步法的具体应用

##### ■ 体验营销五步法之一——察言观色辨用户

- ◇ 不同场景下接近客户的技巧和话术（刚进门/咨询业务/投诉抱怨/翻看业务宣传资料/等待和休息……）
- ◇ 从服务转到营销的话术技巧（显性和隐形销售机会的把握技巧）
- ◇ 如何通过简短的沟通来判断客户的性格类型
- ◇ 如何同客户迅速建立融洽的关系
- ◇ 情景模拟训练：不同场景下的开场白

##### ■ 体验营销五步法之二——根据爱好做演示

- ◇ 显性需求和隐形需求的判断
- ◇ 如何通过有效的提问来快速挖掘到客户的需求
- ◇ 倾听的原则和方法

- ◇ 演示时应主要的关键事项
- ◇ 情景模拟训练：如何通过询问，在不引起客户反感的前提下，清楚了解到客户对于终端的具体需求

### ■ 体验营销五步法之三——见机行事做推荐

- ◇ 产品介绍时机的把握
- ◇ 高效的产品介绍步骤及话术
- ◇ 通过体验营销的方式进行终端产品的介绍
- ◇ 情景模拟训练：针对不同机型的终端介绍训练

### ■ 体验营销五步法之四——临门一脚要承诺

- ◇ 什么时机要求促成，既能完成销售又不引起客户反感
- ◇ 面对客户的拖延该怎么处理（我再考虑考虑吧/我下次来营业厅再买吧/我回去问一下家里人的意见吧……）
- ◇ 面对客户的顾虑该怎么处理（你这手机太贵了/我身边似乎没有朋友用这款手机的/你们的手机样式不好看/你们的信号听说是很不稳定的……）
- ◇ 情景模拟训练：当客户提出不同的异议情况下的处理技巧

### ■ 体验营销五步法之五——按需服务免投诉

- ◇ 结束销售时的话术
- ◇ 如何为客户提供有针对性的增值服务
- ◇ 情景模拟演练：完整销售流程的演练

## 第四部分、案例应用与角色模拟练习

---

- 一对一现场练习；（按照课程讲授的方法进行分小组以及一对一情景演练）

- 案例研讨：碰到这样的客户该怎么办？