

# 门店业绩目标达成教练

## 课程背景：

一流的CEO首先是一名教练，伟大的CEO就是伟大的教练——杰克·韦尔奇。随着商业竞争日益激烈，中小民营企业进入精细化、创新化竞争阶段，在这个阶段，围绕价值链的优化、重组、创新、整合来提升企业的业绩乃至企业整体价值，已经成为了一个关键的重要领域。

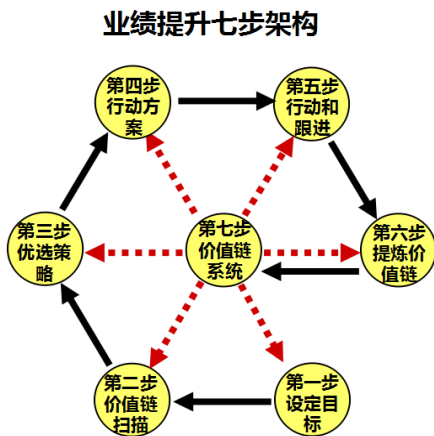
如何建立门店业绩提升的营销闭环系统？如何透视门店的业绩数据和事实？如何挖掘门店业绩提升突破点和关键路径？如何落地实施行动计划？本课程建构了业绩爆破的营销价值链系统，透过结合教练技术，以“商业架构+教练”的方式去练习、研讨案例、碰撞门店业绩提升面临的真实现状。

我们认为门店业绩的提升是一个整体的系统，在系统中快速寻找突破点的核心在于业绩的价值公式和价值链的深入挖掘，从竞争分析、客户分析、产品分析、营销分析、业绩分析、会员分析等方面系统扫描，找出关键策略并落地实施，同时基于整体系统提出改进的方案，同时激发员工的动力和进一步完善店面管理体系都至关重要。

## 课程收益：

- 深刻理解门店营销价值链架构，掌握运用架构分析方法；
- 掌握掌握门店业绩提升七步教练架构技术；
- 掌握业绩教练过程激发员工潜力思维的工具和方法；
- 熟练掌握打开商业价值成长空间的思路。

## 课程模型：



**课程时间：**2天，6小时/天

**课程对象：**门店销售主管、店长

**课程方式：**模型+测评、案例解剖、分组练习和研讨教练技能、现场情景演练运用教练技能，体验式学习、制定课后行动方案

## 课程大纲

**前言：门店营销价值链系统**

**课堂讨论 1：**门店的绩效包括哪些？

**课堂讨论 2：**门店业绩提升的主要障碍有哪些？

## 第一讲：影响员工绩效的因素

### 一、绩效和绩效因素

1. 什么因素令团队成员业绩的绩效不佳？
2. 绩效因素的研究成果：托马斯·吉尔伯特
  - 1) 环境因素
  - 2) 个体因素

练习：绩效因素绩效测评

### 二、创造有利于员工高绩效的环境因素？

1. 培养教练型领导者

讨论：绩效的价值公式，开发员工潜能和去除干扰并重

2. 建立支持性的内部教练机制和教练文化氛围

## 第二讲：门店业绩三要素

### 一、门店业绩三要素

1. 门店业绩三要素：货、场、人
2. 三要素之间的关系
3. 三要素的最新发展

课堂讨论：门店三要素的现状

### 二、门店团队研讨引导技术

#### 1. 微型会议

- 1) 主持
- 2) 流程
- 3) 方法

#### 2. 会议工具和方法

- 1) 团队引导和教练法
- 2) 督导技术
- 3) 头脑风暴法
- 4) PDCA 法
- 5) 鱼骨图法
- 6) 六项思考帽法

## 第三讲：门店业绩提升七步架构

### 第一步：设定目标

1. 什么是愿景目标、结果目标和行动目标？
2. 目标之屋
3. 目标的提升路径

课堂练习：目标设定

### 第二步：价值链扫描

1. 竞争分析 (SWOT)
2. 客户分析
3. 产品系统

#### 4. 营销方式

- 1) 营销公式
- 2) 五种客流来源

#### 5. 业绩结构扫描

- 1) 价值公式

2) 价值链

## **6. 会员管理扫描**

1) 会员卡机制

2) 会员服务管理

### **第三步：优选方法**

### **第四步：行动方案(5W2H)**

课堂练习：制定行动方案

小组分组讨论：案例发表，小结

### **第五步：行动和跟进**

1. ABC 跟进法

2. 网络跟进

课堂练习：提炼价值链和分析价值链

### **第六步：提炼关键价值链**

关键价值链提炼七步法——如何运用价值链技术挖掘业绩提升的关键目标和提升潜力点

课堂练习：提炼价值链和分析价值链

### **第七步：价值链系统**

《营销价值链系统工程图》

## **第四讲：店面管理体系和激励体系**

### **一、管理体系**

1. 职责、流程

2. 操作标准和管理规程

3. 体系的策划、运作、检查和改进 (PDCA)

### **二、激励体系**