

零售运营管理

讲师：张铸久

课程纲要

【课程名称】 《零售运营管理》

【课程背景】

【课程收益】

本课程详细讲述零售管理在不同业态如何帮助企业降低成本，提高竞争力。目的在于帮助零售企业的管理人员正确认识加盟连锁专卖店企业应该如何运作。提高对零售企业的管理水平。在结合企业自身的实际情况的前提下，提升企业的盈利能力。课程的重点是：1、连锁企业管理理念，包括卖场管理三角、如何优化商品优化以及如何做好客户关系管理。2、人在连锁企业管理过程中的作用。包括店长的定位与作用。店内用人的原则以及团队建设等方面。同时帮助管理卖场渠道的业务人员了解零售管理的意义与作用；认识到自身与成功企业之间的差距。

【课程摘要】



【课程对象】

【授课方式】 理论讲解+情景呈现+ 案例分析

【课程时长】 3-4天，6小时/天

【课程大纲】

第一部分：店面运营篇

一、零售店面管理基础

- 店面规划与管理概念
- 连锁卖场管理三角
- 商品优化管理
- 客户关系管理
- 连锁经营的主要策略
- 改善业绩的手段

二、零售门店管理用人原则

- 店长的角色定位与作用
- 优秀店长的十大必备条件
 - ✓ 指导能力
 - ✓ 教育能力
 - ✓ 数据管理能力
 - ✓ 目标达成能力
 - ✓ 高度的判断力
 - ✓ 专业知识学习能力
 - ✓ 卖场自我诊断能力
 - ✓ 市场策划能力
 - ✓ 自我管理能力
 - ✓ 诚实和良好的品德
- 店内的用人原则
 - ✓ 用人的韦尔奇原则

三、零售企业店内团队建设

- 团队建设的重要性
- 做好团队建设的条件
- 如何激励员工
- 领导与团体康乐活动

第二部分 零售管理篇

一、零售管理中有针对性的品类规划

- 品类规划定义及重要性
- 产品型号的选择与确定

二、零售管理中的促销活动

- 定义零售促销
- 促销活动的策略方向
- 现场促销的意义
- 如何制定促销活动方案

三、零售客户关系管理

- 售前管理
- 售中管理
- 售后管理

四、零售管理中的促销员管理

- 明确促销员管理的规章制度
- 促销员管理
- 建立培训体系

第三部分 导购培训篇

一、认识门店导购销售服务

- 门店导购销售服务的特性
- 我们销售的是什么？
- 销售与服务谁更重要？
- 我们的工作与人生目标
- 导购人员的职业生涯

二、门店导购服务礼仪技巧

- 销售从“感觉”开始
- 待客十字原则
- 亲切招呼
- 关心顾客

三、门店导购销售困惑剖析

- 为什么人导购员的业绩差距会很大？
- 为什么主动热情并不见效？
- 为什么好产品顾客就是不认？
- 为什么顾客的同行者总是帮倒忙？
- 为什么有时生意连续无法成交？
- 为什么有些看似聪明的导购人员业绩不如他人？

四、激发需求

- 创造需求 SPIN

Situation -背景问题—随风潜入夜

Problem -难点问题—问题一大堆

Implication-隐含问题—暗示得与失

Need -示益问题—润物细无声

- 掌握发掘需求技巧

五、方案呈现

➤ 塑造价值:

F-特点：客户貌似喜欢特点

A-优点：客户天生敏感差异

B-利益：客户最终在乎利益

E-举例：更加希望现实佐证

证明价值：

自我见证——？

客户见证——？

更多见证方式？

➤ 灵活运用 FAB 说服和打动顾客

六、顾客异议的化解

➤ 顾客异议的原因

➤ 顾客异议的机会

➤ 顾客异议的类型及化解方法

➤ 化不利为有利的技巧——顾客异议巧妙化解的核心揭密

七、没有结束的生意

➤ 生意有没有结束的时候

➤ 送客的学问