

---

# 《如何做一名会赚钱的赢销商——经济转型背景下经销商成长之路》

讲师：崔自三

**破冰游戏：**分组：队长、队名、口号、队歌  
培训结束，评出优胜组、先进个人，并进行奖励

引子：

**狮子和羚羊的故事**  
有何启发

## 第一部分：门店未来经营方向与策略

- 一、凤凰涅槃，勇于重生  
从坐商到行商
- 二、学会引导需求、创造需求  
案例：最牛的营业员
- 三、从机会型向能力型转变  
从投机到理性，从胆商到智商
- 四、挑战自己，超越自己  
不要轻易说不可能
- 五、做强做大，成为NO.1  
马太效应，不做温水里的青蛙
- 六、从卖价格，到卖价值——成为一个服务商  
门店5S服务标准
- 七、敢于为别人所不为  
李嘉诚论富翁
- 八、从等靠要，到主动付出和投入  
史玉柱的故事
- 九、从依赖个人到打造团队  
马云案例
- 十、恪守商德，成为一个信誉商  
胡雪岩案例
- 十一、做一个学习型的老板  
学习力决定竞争力
- 十二、从“羊性”到“狼性”  
羊性文化与狼性文化之对比

## 第二部分：门店业绩提升技能

---

## 壹、 做好门店陈列与生动化

- 1、 卖场陈列对顾客消费心理的影响
- 2、 产品生动化陈列的八大要素
  - 1) 确保产品数量充足，分销规格齐全
  - 2) 获取良好的陈列位置
  - 3) 争取最大陈列面
  - 4) 确保标价清晰易辨
  - 5) 定期清理货架
  - 6) 通过 POP 材料作商品化陈列布置
  - 7) 陈列的黄金原则 VISA
  - 8) 保证与卖场的良好合作
- 3、 产品生动化维护与检核
  - 1) 产品生动化维护四大要点
  - 2) 产品生动化检核和评估的十一条标准
- 3) 终端陈列与广告检核标准表

案例：陈列展示分析

## 二、 有效的门店促销策划与推广

- 1、 探寻门店促销为何效果越来越不尽人意？
- 2、 促销策划流程
  - 1) 促销市场研究
  - 2) 促销设计需遵循的 5W2H 法则
  - 3) 制定促销方案  
链接：制定促销方案的九个步骤
  - 4) 实施促销
  - 5) 执行和评估促销结果
- 3、 实效促销方式及操作要点
  - 1) 特价促销
  - 2) 赠品促销
  - 3) 联合促销
  - 4) 抽奖促销
  - 5) 活动促销
  - 6) 现场演示
- 4、 促销技巧解析
  - 1) 促销要连环
  - 2) 促销品要新奇异
  - 3) 多采用体验营销
  - 4) 多采用买赠，少用特价
  - 5) 多采用刮刮卡、抽奖
  - 6) 限时促销
  - 7) 学会公关促销
- 5、 促销效果评估工具

案例：某卖场促销案例分析

---

## 第三部分：门店经营管理技能提升

### 一、产品管理

- 1、树立完整产品概念
- 2、产品有效组合
- 3、挖掘和渲染产品卖点

### 二、价格管理

- 1、执行指导价
- 2、标价、价码清晰
- 3、乱价处理

### 三、店铺环境管理

- 1、卫生
- 2、灯光
- 3、音乐
- 4、设施

### 四、库存管理

- 1、建立有效库存
- 2、有效库存的 1.5 倍法则

练习：如何按照库存法则做订单

### 伍、竞品管理

- 1、竞品产品
- 2、竞品价格
- 3、竞品促销
- 4、竞品客户
- 5、竞品顾客
- 6、竞品门店

### 六、顾客异议公关管理

- 1、为何要对顾客异议进行公关管理
- 2、公关管理的 5S 法则

### 七、打造狼性终端导购团队

- 1、狼性导购的选聘标准
- 2、狼性导购历练的三大利器
  - 1) 开启愿景
  - 2) 教练提升
  - 3) 持续激励
- 3、导购员管理：步步为营步步赢
  - 1) 从"源头"入手，巧妙选人打基础
  - 2) 让制度先行，规范始能成方圆
  - 3) 强化培训，提升技能造声势
  - 4) 约束激励，双管齐下相映衬
  - 5) 交流沟通，体贴关心情义暖

案例：某卖场老板的留人之道

---