

店长轮训培训大纲

【学员层次】：店长及骨干

【课程时间】：2天

【培训方法】：观点讲解、游戏式、参与式、训练式教学

【培训纲要】：

第一部分：现代化门店经营管理的要素

一、现代化门店的经营管理

1. 现代化的门店就需要现代化的管理，所以店长要懂得更多、学的更快，因为除了「学」这份工作外，还有「做」这份工作，最后还必须承担「教」的这份工作，你将是门店是否脱颖而出的关键人物！
2. 掌握营运利益重点
3. 门店经营应做哪些计划
4. 门店经营的整体运作

二、无标准不管理原则

1. 没有明确的标准，只知道问题出来时候的批评
2. 有明确的标准，大家只是努力达到标准，不用大脑。用大脑只会更精彩，是在标准之上的用脑。
3. 不要让员工对于做事情有任何迷惑，任何一个细节，都有明确的标准，如何是好的标准。

三、卖场管理与运作

1. 店铺陈列管理
 - a) 店铺陈列的基本原则
 - b) 店铺陈列的基本知识
 - c) 店铺陈列的基本方法
 - d) 主要商品陈列技巧
 - e) 商品配置表的制作
2. 店铺广告的制作与摆放
 - a) 店铺广告的基本类型
 - b) 店铺广告的特点及作用
 - c) 店铺广告的设计与制作
 - d) 店铺广告的摆放与管理
3. 安全意识及风险控制
 - a) 没有安全意识的人不可以做店长
 - b) 安全意识的种类

- c) 安全意识的培养
- d) 安全意识不讨价还价

四、 营业中的要素管理

1. 营业前的要素

- a) 形象检查：
 - 物品、商品、工具形象准备
 - 门店形象
 - 员工形象--仪容即是经营
 - 5S 检查
- b) 营销物品及工具检查
 - 等级表、卡片、宣传单页
 - 礼品、名片
 - 检查营销流程中的一切环节中的物品储备
- c) 专业重复：
 - 日常的培训才是培训中最重要的部分
 - 所想即所说原则：全员营销思想
 - 专业范围：商品知识、专业知识、行业知识、营销知识等
- d) 晨会要素：状态激励、标准重复、重点提醒、安全强调

2. 营业中要素

- a) 回顾：什么是产品？
- b) 思想：全员销售思想、全体系营销思想
- c) 形式和内容：礼仪、说、问、听。FABE 模式沟通法
- d) 客户心理及需求分析
- e) 行为：
 - 工作时间的任何行为都必须跟工作有直接或间接的关系。
 - 任何时候，在客户面前表现的不专业行为都是绝不被允许的！在客户面前，你就是产品的一部分，你就是品牌的一部分，你的任何污点都是产品和品牌的污点！
 - 做好也要说好：形式和内容
- f) 习惯：
 - 无意行为模式：正确的行为养成本能的行动。
 - 专业知识学习、交流、背诵、表达的习惯。
- g) 门店顾客异议沟通过原则
 - 理解原则
 - 有观点，不反驳原则
 - 价值充分展现
 - 探寻异议原因
 - 不纠缠原则
 - 诚挚原则

3. 营业后要素

- a) 晚会要素：问题总结，对错分明
- b) 5S
- c) 安全检查
- d) 离店

- 五、 做好沟通要素管理
1. 不同层面岗位沟通中的问题及解决方案
 - a) 下对上沟通要素
 - b) 下对上沟通中的问题
 - c) 平级中沟通中常见问题
 - d) 上对下沟通要素
 - e) 上对下沟通的问题
 2. 掌握沟通顺畅的核心要素
 - a) 同顾客对话的核心技能
 - b) 沟通中的语境打造
 - c) 沟通的三个模式
 3. 顾客服务与问题处理中的沟通技能
 - a) 顾客抱怨的类型
 - b) 顾客抱怨的处理程序
 - c) 处理顾客抱怨的技巧

第二部分：卓越终端店的管理与建设

- 一、 店面的三层次管理核心及对应的店长责任
 1. 一定：结果是必须的，一定要优秀，强制是必须的。
 2. 应该：制度如何保障才能对应上
 3. 本来：打造团队中的文化素养
- 二、 领导统御与人事管理
 1. 人是最复杂的动物，复杂的不是生理而是心理状态，心理会影响气氛、与人沟通、团队和谐、更会影响业绩甚至是门店业绩，如何透过有效的领导让团队产生高的效能！
 2. 如何形成忠诚企业的文化氛围
 3. 收心法则重点
 4. 带动部署原则
- 三、 选择（吸才）：人才和人员，如何区分，你要谁？
 1. 如何区分人员和人才？
 2. 不是所有的精英团队都需要人才
 3. 人才难找，又如何让人才济济？
 4. 找到人才的绝招-那不都是人事部门的责任？
- 四、 培训（立规）：为什么有的团队章法混乱？忠诚度差？
 1. 团队的核心要素：“上下同意”GEM 模式打造
 - a) 团队的底层忠诚度打造是很多企业难以逾越的障碍，扬汤止沸的激情培训根本无效。
 - b) 如何形成稻盛和夫式企业万众员工“上下同意”的钢铁？
 - c) 案例：某企业员工忠诚度非常高，相信企业、相信产品。问题是这个企业和产品在行业中并不是佼佼者。案例思考：他们是怎么做到的？你是领导，你应该怎么做？
 - d) 工具应用：产品(Goods)、企业(Enterprise)、自己(Man)。行为模式打造一好

习惯胜于激情澎湃的努力。案例：楼梯口的开关。无意意识打造

2. 团队的核心要素-军姿效应：抓住要件，让团队变得有序
 - a) 工具应用：凯尔曼理论，如何利用心理变化理论，是的团队成员在“依从“认同“内化”逻辑变化中，养成正确的心理认同模式。
 - b) 案例分析：某企业的 12 家分公司（分公司为销售性质），每个员工的规矩性非常高，管理上井井有条，他们的秘诀是什么？为什么员工到这个企业就很有规矩？

五、 管理：没有管理的花园必是杂草园，团队也是。

1. 店员管理-心态管理
 - a) 服务心态是店员的基础心态，合格么？
 - b) 团队的服务价值观正确么？那是最大的生产力源泉。
 - c) 阳光心态管理的核心是气氛打造
2. 店员管理-要素管理
 - a) 标准管理
 - b) 合作管理
 - c) 数据化管理
 - d) 递进式管理
 - e) 风险管理
 - f) 习惯管理
3. 店员管理-结果管理
 - a) 纲要管理
 - b) 三层管理
 - 物质制度和文化的
 - 行为层思想层和潜意识层
 - 管理者，不可把最终的成败建立在概率之上。
 - 必成的逻辑
 - c) 终端管理
 - d) 工具致胜
 - e) 结果型团队打造
 - f) 终端 3H 打造
 - g) 有效实在

六、 技能：打不准的士兵，会让一切战略都无效

1. 思考：如何打造一支技能高超的团队？
2. 店员必备哪些技能？如何培训？
3. 营销技能
4. 营销礼仪的重点及注意事项
5. 客户心理模型及应对方式
6. 要件管理

七、 执行（好用）：所想即所得

1. 团队执行力的打造
 - a) 不得不做好是第一步
 - b) 不能不做好是第二步
 - c) 本来就要做好是第三步
 - d) 执行打造体系及要素
2. 所见即所得的执行力的管理

- a) 认知执行力-“大家说”
 - b) 执行力低下的一些原因,你是你选择的你
 - c) 超级执行—穷则变变则通的创新能力
 - d) 超级执行—大慧守拙的能力
 - e) 超级执行—专业通路
3.
- 八、 激励：如何激发人的最大潜能
- 1. 如何留住优秀店员：人到底要什么？
 - 2. 激励方法举要
 - 3. 激励方法落地：没有最好，合适才好

店员轮训培训大纲

【学员层次】：店员

【课程时间】：1~2天

【培训方法】：观点讲解、游戏式、参与式、训练式教学

【培训纲要】：

第一部分：规范篇

- 一、 让每一天的我都有成长
 - 1. 案例分析：为什么优秀卓越的小李反而轻松愉快有幸福？
 - 2. 打造积极热性向上的工作心态
 - a) 为什么成长的才是快乐的
 - b) 为什么今天必须要比昨天进步一点点
 - c) 为什么我的成就建立在顾客的惊喜之上
 - d) 把心态养成习惯才能长久
 - e) 我有我的价值观
 - 3. 超出店长预期！
 - 4. 如何在工作中做到最好的自己
 - a) 案例分析：小红的哪里还可以更好？
 - b) 如何把店长的每一个要求做到极致的好？
 - c) 如何快速有效学习，成为专业高手？
- 二、 营业中的要素：本章节呼应店长培训中的内容，重点在要素的执行和落地，以配

合店长落地执行。

1. 营业前的要素

- a) 形象检查：
 - 物品、商品、工具形象准备
 - 门店形象
 - 员工形象--仪容即是经营
 - 5S 检查
- b) 营销物品及工具检查
 - 等级表、卡片、宣传单页
 - 礼品、名片
 - 检查营销流程中的一切环节中的物品储备
- c) 专业重复：
 - 日常的培训才是培训中最重要的部分
 - 所想即所说原则：全员营销思想
 - 专业范围：商品知识、专业知识、行业知识、营销知识等
- d) 晨会要素：状态激励、标准重复、重点提醒、安全强调

2. 营业中要素

- a) 回顾：什么是产品？
- b) 思想：全员销售思想、全体系营销思想
- c) 形式和内容：礼仪、说、问、听。FABE 模式沟通法
- d) 客户心理及需求分析
- e) 行为：
 - 工作时间的任何行为都必须跟工作有直接或间接的关系。
 - 任何时候，在客户面前表现的不专业行为都是绝不被允许的！在客户面前你就是产品的一部分，你就是品牌的一部分，你的任何污点都是产品和品牌的污点！
 - 做好也要说好：形式和内容
- f) 习惯：
 - 无意行为模式：正确的行为养成本能的行动。
 - 专业知识学习、交流、背诵、表达的习惯。
- g) 门店顾客异议沟通过原则
 - 理解原则
 - 有观点，不反驳原则
 - 价值充分展现
 - 探寻异议原因
 - 不纠缠原则
 - 诚挚原则

4. 营业后要素

- a) 晚会要素：问题总结，对错分明
- b) 5S
- c) 安全检查
- d) 离店

第二部分：技能篇

- 一、 沟通心理学的理解与应用
 1. 人具备哪些特征
 2. 人的特征对应哪些应用
- 二、 沟通技能修炼
 1. 听的懂喜欢听的语言解说产品
 2. 如何做好沟通中的听说问
- 二、让顾客耳动——有理有据有逻辑的介绍产品
 1. FABE 法则
 2. 用 FABE 解说产品逻辑打动顾客
 3. FABE 价值训练
- 三、让顾客眼动——有声有色有故事的介绍产品
 1. 入情：让产品和顾客建立感性关系
 2. 入景：产品场景化、情景化
 3. “有声有色”介绍产品的三个时机
 4. 情景案例
- 四、化解异议技巧——做“能说会道”的店员
 5. 不能说不会道的店员
 6. 能说不会道的店员
 7. 能说还要会道
- 五、主动成交——成交落锤的时机与方法
 1. 影响成交率的三大要素？
 - a) 产品本身因素
 - b) 顾客本身原因
 - c) 店员原因
 2. 成交的信号识别及时机把握
 - a) 销售末期顾客的心理、语言特征
 - b) 识别顾客表面购买信号
 - c) 识别法
 3. 多维成交法
 4. 引导顾客关联购买
 - a) 引导顾客关联购买的关键点
 - b) 关联购买技巧