

数据系列——门店问题诊断与落地

课程背景：

新零售态势下市场竞争日益激烈，商场及品牌的数量在不断增加，各品牌之间产品同质化严重，品牌与品牌之间的竞争更多在于各团队之间的竞争，谁更懂运营，谁就能在激烈地竞争中胜出并发展壮大，对于品牌中高层管理者来说，需要同时进行跨区域多店运营管理，而这建立在单店运营管理思路清晰的基础上，在门店日常销售过程中，因为管理者没有进行过门店运营管理全盘思路的系统学习，管理全凭自身过往经验，不能做到运用数据分析，对影响门店业绩的问题进行深入分析，导致找不到有效解决措施，使得销售业绩总是不理想的情况屡见不鲜。

课程宗旨：

本课程为解决在销售过程中，出现的不能根据数据诊断与卖场诊断，找到影响门店业绩提升的核心点的问题，帮助企业解决找到有效措施来提升门店业绩，最终实现绩效提升、加速货品周转，以期达到企业绩效提升的目的。

课程收益：

- 了解运用精准数据分析快速进行门店诊断的重要性
- 掌握数据分析进行门店问题全面诊断的方法
- 掌握在卖场进行核心问题诊断验证的方法
- 学会找到解决核心问题相对应的有效措施
- 学会汇总所有信息制作零售计划书
- 学会在会议时有效宣导零售计划书

课程时间：2天，6小时/天

课程对象：终端门店店长、督导

课程方式：讲授+案例分析+情景演练+下店实操+汇报点评

课程大纲

第一讲：门店为什么要进行数据分析问题诊断？

一、诊断是有效发现问题的方法

互动：发现门店问题，我们是怎么处理的

1. 常见新店长分析销售不达标情况

案例：门店真的没客流吗？

2. 常见老店长分析销售不达标情况

案例：门店的问题真的都是员工的问题吗？

3 从 BEM 模型看绩效提升着力点

互动：寻找撬动业绩提升的杠杆

二、诊断是解决问题的前提

1. 快速诊断是店长必备的能力

2. 找准问题方能对症下药

3. 所有问题都有相对应的解决方案

第二讲：门店三大数据找准业绩问题

一、销售 KPI 数据分析

1. 销售 KPI 数据的计算方法、含义、对标数据及凸显的问题分析
2. 坪效、人效等其他销售数据的计算方法、含义、对标数据及凸显的问题分析
3. 销售 KPI 数据的实际应用分析
4. 销售 KPI 数据核算的重点要求

演练：销售 PKI 数据计算与问题分析

二、三率数据解析

1. 进店率

头脑风暴：如何解析进店率

案例分析：如何分别增加散客和会员的进店率

2. 试衣率

头脑风暴：如何解析试衣率

3. 成交率

头脑风暴：如何解析成交率

案例分析：如何运用收集表及新零售技术方法准确进行数据收集

4. 运用二级反馈精准有效提升三率数据

头脑风暴：我们通常如何进行反馈与面谈？

案例分析：生物实验证明如何引导员工做正确

案例分析：看“万世师表”如何运用二级反馈教育“问题孩子”

情景模拟：运用二级反馈提升三率数据

5. 运用负面反馈精准有效提升三率数据

头脑风暴：为什么指出员工问题时经常“沟而不通”

情景模拟：运用负面反馈提升三率数据

三、商品数据分析

1. 商品 KPI 数据的计算方法、含义、对标数据及凸显的问题分析
2. 商品 KPI 数据对销售策略的指导意义
3. 商品数据的实际运用分析

演练：商品常用数据计算与问题分析

第三讲：门店卖场诊断

互动：巡店到底巡什么？

一、人员诊断——挖掘需求与问题

1. 人员状态观察
2. 人员行为表现观察
3. 人员销售目标与达成问询
4. 人员需求询问

二、货品诊断——验证数据准确性

1. 货品适卖度
2. 货品丰满度

三、陈列诊断——匹配商品和销售

1. 陈列面积
2. 陈列风格
3. 陈列细节
4. 卖场其他方面诊断

四、核心问题分析

1. 问题罗列与分析
2. 如何筛选出核心问题？

案例：新品牌、新开店、新员工、什么才是核心问题？

第四讲：门店诊断报告输出

一、诊断结果呈现

头脑风暴：什么时候呈现诊断结果？

1. 如何更好地呈现诊断结果
2. 诊断结果呈现的要求

二、制作改善计划

1. 改善计划制作思路

- 1) 卖多少
- 2) 卖什么
- 3) 怎么卖
- 4) 卖给谁
- 5) 谁来卖

演练：运用门店真实数据模拟演练改善计划制作

2. 改善计划制作重点

- 1) 改善计划制作的易错点分析
- 2) 改善计划与月度计划的联系

三、计划落地方法

1. 执行，需要靠团队
2. 团队共识会议宣导

四、高效会议宣导

1. 高效会议宣导的流程

- 1) 开场

案例分析：会议开场影响会议氛围

- 2) 分析

案例分析：简化思路说重点

- 3) 宣导

案例分析：宣导完和员工接收到是两回事

- 4) 收尾

案例分析：金句氛围！

2. 高效会议宣导的内容

- 1) 会议内容项目梳理
- 2) 会议内容逻辑梳理

3. 高效会议宣导的要求

- 1) 目标细化程度
- 2) 目标执行程度

第五讲：门店问题诊断实操训练

一、门店诊断汇报实操

1. 真实门店数据分析
2. 分组下店诊断实操
3. 分组汇总制作报告
4. 学员上台进行报告呈现
5. 评审团及讲师进行报告点评与纠偏

二、报告会议落地实操

1. 学员进行门店会议实操演练
2. 评审团及讲师进行演练点评与纠偏