

# 标杆门店销售系统

## 课程背景：

电商四面围攻，品牌数量剧增，实体店成本费用越来越高，销售业绩不断萎靡，实体店将何去何从？新零售环境下，实体店铺如何成功突围？

为什么人家的销售都是精兵强将，为什么顾客进了人家的店铺都是满载而归？中国零售门店培训领域的权威专家王建四认为：销售没有利润的销售，促销就是饮鸩止渴！如何不促销提升业绩，如何持续提升业绩？答案就是唯有打造一大批能征善战的门店销售冠军，打造标杆门店，复制成功的销售基因，团队必将受益匪浅！

## 课程收益：

- 引问题：为什么同一家店，有的人业绩好，有的人业绩差？真正决定店铺业绩的不是人流，也不是货品，而是我们卖货的人。
- 找方法：围绕提升门店业绩的三大主题，从实战的角度给到学员如何提升进店、做大客单价并增加开单数的干货秘籍。
- 给工具：标杆店铺五大系统——引流系统、截留系统、价值塑造系统、大单系统、成交系统。每个系统都有落地工具支持，学员拿回去，立即就能落地，落地就有效。
- 有效果：给我一个兵，还你一个将！

**课程时间：**2天，6小时/天

**课程对象：**中基层人员、市场管理人员、代理加盟商老板、店长（100人内效果最好）

**课程方式：**案例分析+实战演练+工具演练

## 课程大纲

### 第一讲：格局系统——复制零售思维

导入：为什么今天生意不好做？

案例：路易威登全国十佳店长的启示

#### 一、新常态下零售思维创新

1. 生意再好也有人赔钱，生意再难也有人赚钱
2. 最难的时候，也是最好的时候
3. 我们抱怨的都是我们应该去做的

讨论：为什么人家那么棒？

#### 二、自我设限——我们才是根源

1. 你认为顾客是什么，她就是什么
2. 你觉得货品卖得怎么样，它就会卖得怎么样
3. 所有的平庸都是自我设限的结果

#### 三、员工的最高职业格局

1. 打工者心态与老板娘心态
2. 让你的能力配得上你的职位
3. 员工存在的价值是什么
4. 给老板一个为你加薪的理由

### 第二讲：引流系统——制定引流策略

导入：淡场与旺场那个更重要

案例：大自然木地板引流工程

## 一、淡场门店的管理策略

### 1. 淡场门店两件事

- 1) 营业准备——整洁不只是干净
- 2) 邀约引流——邀约的目的与类型

### 2. 淡场门店五大准备

- 1) 门店整洁
- 2) 熟悉货品
- 3) 研究顾客
- 4) 行业背景
- 5) 异议演练

## 二、门店引流的六大方法

1. 氛围——好氛围自己都会引人
2. 口碑——金杯银杯不如顾客口碑
3. 免费——前端亏钱引流赚次数
4. 联盟——资源整合，强强合作
5. 电邀——揭秘邀之即来的秘籍
6. 拦截——让门前顾客鱼贯而入

## 三、电话邀约四大关键

1. 准备——不准备就是准备被拒绝
2. 服务——前期铺垫为了更好邀约
3. 模糊——距离产生美感
4. 自信——没有自信，顾客为什么相信你

落地工具：电话邀约工具模板

案例破解：顾客说没时间，怎么处理？

演练辅导：专家辅导学员现场电话邀约

## 四、拦截引流五大操作标准

1. 拦截定位
2. 目标筛查
3. 缘由塑造
4. 假设进店
5. 礼貌道别

案例：爱依服拦截引流大获成功

落地工具：拦截引流工具模板

演练辅导：专家辅导学员现场拦截引流

## 第三讲：截留系统——制定留客策略

导入：为什么顾客停留时间越长越好

### 一、提升在店率四大方法

1. 店铺氛围
2. 货品结构
3. 销售能力
4. 服务水平

### 二、揭秘门店最新迎宾技术

1. 站位——诊断迎宾站位常见问题
2. 控卫——把握距离，营造舒适感

3. 留白——迎宾一定要掌控节奏
4. 激情——没有活力的门店不会有好业绩

**案例破解：**顾客说随便看看，怎么办？

### 三、顾客截留三大策略

1. 推荐截留——时机点，优雅自信
2. 服务截留——留住顾客的绝佳利器
3. 拦截截留——拦截位置、拦截时机

**落地工具：**顾客截留三大工具模板

**演练辅导：**专家辅导学员现场截留

### 四、提升旺场开单销售能力

1. 判断类型，集中爆破
2. 简化服务，减少附加
3. 提前告知，心理免疫
4. 稳住流客，鼓励体验
5. 热情礼貌，人人兼顾

**落地工具：**迎宾语言模板、快单稳客模板

**落地演练：**学员如何做快单

## 第四讲：货品系统——打造价值模型

**导入：**为什么货品介绍无法打动顾客

**案例：**卖得最好的货，不一定是最好的货

### 一、货品价值的两大认识

1. 货品=产品+人品
2. 卖得最好的不一定是最好的

### 二、货品价值的三个基本点

1. 卖点——你有什么
2. 买点——顾客要什么
3. 痛点——顾客为什么要

### 三、货品价值的塑造秘籍

1. 制造悬念：半句话，烘托法
2. 对比体验：对比对象，对比类型
3. 关联生活：让卖点与生活发生联系
4. 利益画图：最打动顾客的不是语言

**落地工具：**塑造货品价值基本套路

**案例破解：**顾客对货品没感觉，怎么办？

**演练辅导：**专家辅导学员货品卖点演绎

## 第五讲：标杆销售——顾客异议模型

**导入：**石头与水

**案例：**餐桌争议的启发

### 一、道德经与顾客异议两大认识

1. 不要赢了道理，却输了生意
2. 不要贬低别人，减损了自己

**案例：**一句话赶跑顾客

### 二、营造顾客异议处理氛围

1. 尊重顾客——让顾客自觉门店大人物

2. 姓氏服务——拉近顾客距离最佳方法
3. 同理思维——获取顾客信任的沟通剂

案例：EP 雅莹销售冠军秘籍

落地工具：认同导入模板

### 三、顾客异议处理三脉神剑

1. 凡事认同：角度、力度
2. 处理异议：简洁、聚焦、自信
3. 焦点转移：提问、体验

## 第六讲：大单系统——引爆业绩策略

导入：大单和多单那个更重要？

案例：珂莱尔 10 万客单怎么做？

### 一、做大单的两大销售策略

1. 提升货单价
2. 提升连带数

### 二、连单销售的认识

1. 连单不是硬销
2. 爱心成就顾客
3. 强化连带意识
4. 主动暗示引导

### 三、大单销售的三大黄金时段

1. 下雨天
2. 工作日
3. 下班前

### 四、大单销售的三大障碍

1. 不敢推——贫穷限制了我们的想象
2. 想不到——一句话决定大单成败
3. 难为情——爱顾客就一定要成交顾客

### 五、影响门店大单销售的六大因素

1. 货品——货品宽度和深度
2. 服务——大单需要信任
3. 陈列——能用物，不用人
4. 组合——产品组合能力
5. 激励——大单需要专项激励
6. 团队——大单不是一个人的事

### 六、大单销售的五大策略

1. 套餐连单
2. 情景连单
3. 礼品连单
4. 陪伴连单
5. 新品连单
6. 促销连单

工具辅导：指导大单落地工具

学员演练：如何做大连单全程辅导

## 第七讲：成交系统——完成开单策略

导入：价格真的很重要吗？

案例：大自然地板——换人换业绩

### 一、基于购买销售的思维创新

1. 慢一点，卖得更多，卖得更快
2. 重心不在销售，聚焦顾客购买.

### 二、顾客杀价的两大心理分析

1. 冤大头——顾客担心买贵了
2. 占便宜——给顾客占便宜感觉

### 三、价格异议处理四大技巧

1. 不要过早报价
2. 制造缺货压力
3. 委婉拒绝慢慢磨
4. 转移焦点做服务

案例破解：顾客张口就问价格，一报价转身就走，怎么办？

### 四、如何用假设性成交催眠顾客

1. 利益假定
2. 谈论售后
3. 正面回应
4. 心理共鸣

落地工具：假设性催眠落地模板

### 五、临门一脚的逼单挽留技术

1. 给足面子
2. 预留台阶
3. 无单送客
4. 信息引流

案例破解：顾客说隔壁便宜，我再比较一下，怎么办？

### 六、提升开单数的三大方法

1. 开票法
2. 新货法
3. 假设法

### 七、提高回头率的四大策略

1. 距离策略：制造理由；释放压力
2. 礼品策略：赠送时机及礼品选择
3. 差额充值：钱在哪里，心在哪里
4. 福利年卡：设计让顾客自动回流机制

落地工具：申请折扣及价格异议模板

现场演练：三步送客训练及逼单策略运用

总结互动：梳理课程落地点，现场回答学员问题