

金牌店长特训营

课程背景：

开不开店看老板，赚不赚钱关键看店长。今天的零售行业，开店容易，守店难全球原创零售畅销书作者王建四老师认为：没有称职的店长，老板注定经营艰辛。一个优秀的店长甚至决定店铺的存亡，如何训练金牌店长，如何复制标杆店铺，中国店长培训领域不可多得的标杆性人物，为您倾情分享十年的店铺零售秘籍，中国店长培训领域最具口碑价值的品牌课程，走入王建四老师课堂，您必将受益匪浅

课程收益：

全实操：课程讲的全部是学员在店铺会遇到的问题点。针对问题难点和痛点给思路，给方法，给工具，不用笑话故事，学员照样聚精会神。

全演练：老师 50%用实战演练的方式，老师讲该怎么做，学员练习后当场演练，老师点评并现场辅导，不只是教，更要教懂学会。

全工具：通过两天课程，店长们掌握一整套提升店铺业绩的辅导方法，回到店铺就可以现场辅导店员，简单复制，没有花哨，效果明显。

课程时间：2天，6小时/天

课程对象：经销商老板、门店店长等管理人员

课程方式：案例分析+实战演练+工具演练+现场模拟

课程大纲

第一讲：金牌店长——职业格局系统

探讨：今天生意好做吗，店长好当吗？

案例：LV 千万店长的启示，为什么人家这么棒？

一、店长的三大尴尬

1. 不敢管——内心对管理有恐惧
2. 不愿管——自身对管理的动能不足
3. 不会管——没有系统掌握管理的方法

二、店长决定店铺命运

1. 开不开店看老板，赚不赚钱看店长
2. 有什么样的店长，有什么样的店铺
3. 店长是店铺榜样，店长是做大保障

二、店长的六大角色

1. 门店的代表者
2. 目标的落实者
3. 运营的规划者
4. 决策的执行者
5. 团队的领导者

三、店长的四大行为模式

1. 带抱怨报告情况
2. 带分析报告问题

3. 带建议报告方案

4. 带行动报告结果

四、店长三大路径及两大类型

1. 店长的三大路径升级

1) 销售冠军

2) 管理高手

3) 经营能手

2. 店长的两大类型

五、店长职场五戒

1. 抱怨者

2. 和事佬

3. 低要求

4. 私心重

5. 独行侠

六 店长七大职责

1. 分解销售目标

2. 督察店务流程

3. 领导团队成员

4. 分析货品库存

5. 检查卖场形象

6. 维护顾客关系

7. 诊断销售数据

七、提升业绩三大路径

1. 进店数

2. 开单数

3. 客单价

第二讲：金牌店长——店铺引流系统

导入：淡场怎么做，旺场怎么样

案例：餐厅淡场与旺场带来的启示

一、淡场门店的管理策略

1. 淡场门店两件事

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、门店引流两大思维及盈利模型

1. 门店引流两大思维

- 1) 货品思维——不是所有货品都拿来卖得
- 2) 获利思维——设计让顾客占便宜的方案

2. 门店客流盈利模型

- 1) 前端让利——亏钱引流赚人数
- 2) 中端盈利——成交锁客赚钱数
- 3) 后端暴力——回流暴利赚次数

三、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

四、免费引流五种模式

1. 主品免费，附品收费
2. 主品收费，附品免费
3. 本次收费，下次免费
4. 本次免费，下次收费
5. 一次办卡，长期免费

案例分析：凯盛家纺多返免费引流

五、异业联盟——强强联合模式

1. 联盟对象——志同才能道合
2. 利益设计——好模式才能走得远
3. 配合锁客——没有锁客都是耍流氓
4. 联盟执行——细节决定成败

案例分析：哥弟联姻 BOSS 的启示

六、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

七、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：金牌店长——设计截留系统

导入：分析顾客在店率有什么意义？

案例：引流与停流哪个更重要？

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

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、旺场前五大管理

1. 货品物料准备
2. 排班分工明确
3. 熟悉活动方案
4. 突出陈列重心
5. 旺场防盗防假

五、旺场管理两大痛点

1. 忙不过
2. 看不准

六、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：专家辅导学员如何做快单

第四讲：金牌店长——塑造货品价值

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

四、店长辅导员工熟悉货品

第五讲：金牌店长——管理顾客异议

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

现场作业：学员现场编写异议模板

专家辅导：现场点评学员课堂作业

四、店长辅导员工管理异议

1. 收集异议
2. 编制模板
3. 修缮整理
4. 收纳成库
5. 复制运用

第六讲：金牌店长——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

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——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

演练：结合行业寻找大单方法

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：金牌店长——快速开单策略

导入：价格真的很重要吗？

案例：大自然地板：换人换业绩

一、基于购买的销售思维创新

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版

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