

《终端经营者训练》

【课程时间】 1-2 天课时

【课程背景】

面对零售的终端——门店，每一位管理者或者是一线的销售人员总会有很多话要说；作为销售培训师，更多的时候也会比较纠结于实际培训的作用与应用的问题——教了，学员无法有效使用，对于学员实际需求把握不够准确；而学员提出需求了，却又无法有效应对，让一线员工和销售管理者对培训总是颇有微词……

《终端经营者训练》主要是针对于门店的主要负责人（店长、经理）对于门店经营的教练式培训，通过案例分析、现场演练、实践模拟等方式，结合工作实际，让门店管理者能够清楚认识到自己的角色，了解到自己的定位，把握到自己门店的特征，进而实现门店销量递增的实际效果，是促进门店销量提升，优化门店管理的效能，保持门店可持续发展的动力；

无论是经验技巧的总结，还是教学方法的磨练，在实际培训过程中，培训师要做“教练”而不是“教师”，让课堂可以更加丰富多彩，重点为让学员能够记住和掌

握所学知识，最终的终极目标在于——熟练应用所学知识并提升业绩；来源于
一线终端，服务于实际销售。

【课程大纲】

、 终端形象与特性管理

1、 结合公司的统一形象做点什么——》严格执行，区分对待

2、 把握卖场特点有啥用？

专卖店周边的环境特点？

专业卖场的形象与印象？

3、 导购人员的自身形象特点

衣着 仪态 语言 动作

这些都为了什么目的？

——让顾客记住你，知道你，熟悉你的产品与品牌

4、 陈列怎么办？

主销产品和冲量产品 不同特点的调整

外观与形象？

、 终端人员的习惯

1、 常见习惯的案例分析与不同情况的对策

胆小的销售员怎么办？

新手导购员怎么带？

多人之间的分工如何管理？

具体的调整方法

2、 推荐产品的情景再现

急于成交的 客情不清楚的 需求掌握不准的 讲解不明确的

3、 终端经营者都干些什么？

(1) 对于店面周边情况的掌握

顾客群体基本情况 消费水平的了解

周边路线的特点 竞争对手的优劣

(2) 卖场管理

关系维护 业务对接 展位的争取 推广的策略

(3) 销售和售后

出问题怎么办？

(4) 公司不同部门的对接

市场部能干什么？ 人资部做什么的？ 谁是销售管理？？

三、培训师都干什么？

1、终端情况的掌握

专访卖场——》倾听 了解情况——》观察

自己的判断——》思考

2、培训怎么做？

说什么——》让导购员能听懂

怎么做——》让导购员能会用

四、答疑和头脑风暴

你的卖场有什么不一样的地方，针对于不同的特性和特点，不同的人 and 不同的卖场，我们一起来讨论吧