

---

## 《如何让店更赚钱》

### 一、需求解读：

2017年新常态市场环境下，随着竞争的日益激烈，终端店面营销人员素质日益成为构建终端专卖店盈利能力的一个核心要素。为了进一步提升终端店面营销人员的主动营销、店面管理、销售技巧水平并提升公司品牌影响力，需要对终端人员进行一轮系统性的培训，从而为各品牌在2017年终端市场占据更大市场份额奠定坚实的基础。

销售人员能力素质模型

#### 1. 终端营销人员能力素质模型

##### (1) 店面管理

- 来店顾客越来越少，成交率越来越低。怎么办？
- 店面人均产单/平均单值多少？
- 销售占比结构如何分析？销售政策如何制定和调整？

##### (2) 品牌推广

- 市场促销泛滥，不促销等死，不会促销找死……
- 为什么大力投入了，销量有了，利润没了？
- 客户邀约如云，到场寥寥无几，到底错在哪里？

##### (3) 销售技巧

- 如何提升客单值，提高大客户转介绍率？
- 面对工程、家装、小区等渠道客户，如何成单？
- 竞争越来越激烈，消费者要求越来越高，如何提升自己？

### 二、培训目标：

1. 系统构建。高效整合人、事、物、财等资源，激发店面活力，迅速掌握提升终端门店销售业绩的系统

思考的思维模式。

2. 实战落地。通过体验教学、情景模拟等方式，将所学进行演练，真正做到让培训效果落地，进而产生效益，并将之转化成实际的终端销售竞争力。

3. 案例工具。通过经典案例分享、实战通关环节，让您熟练运用卓道数年咨询项目过程中总结出来的一套系统工具及配套表格，回去就可以落地，落地就可以生效！

三、培训对象：经销商老板、门店店长/导购

四、培训时长：1~2天(6~12小时)

五、授课方式：互动讲解、模拟演练、答疑交流等

### 六、课程核心内容设置：

#### 模块一：专卖店管理基础

万丈高楼平地起，只有修炼好基本功才能成为真正的高手。

##### 1. 了解行业才能真正找到店面经营灵魂

- 行业发展的趋势
- 行业专卖店销售的特点和模式
- 行业主要产品结构
- 行业面临的问题

##### 2. 知己知彼百战百胜（有效了解对手）

- 有效的市场调研
  - 调研关键点的把握
-

- 
- 调研信息的整理
  - 针对性销售策略的制定
  - 3. 了解我们的消费者
  - 近十年消费者消费观探寻
  - 现阶段消费特征解析

## **模块二：专卖店标准化管理**

1. 人----门店团队标准化管理
  - 1) 团队形象——团队标准形象管理
  - 2) 团队默契——团队配合培养
  - 3) 团队游戏——团队开心工作
  - 4) 团队舞蹈——团队状态管理
  - 5) 团队展示——团队荣誉感培养
2. 事----门店会议管理
  - 1) 晨会管理
  - 2) 午会管理
  - 3) 夕会管理
  - 4) 周例会管理
3. 物----门店体验管理
  - 1) 视觉管理——打造优质的购物场景
  - 2) 听觉管理——不同时间段的听觉感受
  - 3) 嗅觉管理——给客户高端购物体验
  - 4) 味觉管理——欲留客先留胃
  - 5) 触觉管理——价值塑造让客户参与进来
4. 势----门店氛围管理
  - 1) 店面形象
  - 2) 物料布置
  - 3) 产品展示
  - 4) 人员状态
5. 客----门店服务管理
  - 1) 标准售前服务
  - 2) 标准售中服务
  - 3) 标准售后服务
  - 4) 多种增值服务

## **模块三：专卖店目标管理系统**

1. 清晰的目标规划——目标管理工具
2. 被动到主动的目标激励——任务包目标分解模式
3. 落地的目标执行——日行动承诺

## **模块四：专卖店销售工具**

1. 《客户需求匹配表》
  2. 《客户服务评价卡》
  3. 《VIP 客户申请表》
-

- 
4. 《标杆客户申请表》
  5. 《客户见证—合影、评语》
  6. 《客户感谢短信》
  7. 《成功案例效果图》
  8. 《好产品鉴证体验道具》
-