

# 引爆门店-完美促销策划与执行

主讲/盛斌子老师

上篇：促销策划篇

## 一、 促销破局

- 1、活动促销时系统工程
- 2、竞争对手都在采取什么样的促销手段
- 3、现有常规守法学习

## 二、 促销理解

- 1、促销的核心关键词
- 2、消费者的消费洞察
- 3、顾客真正买的是什么？

## 三、 活动促销的九大工具

- 1、 导航图
- 2、 聚人气
- 3、 造声势
- 4、 139 法则
- 5、 狠宣传
- 6、 核心玩法
- 7、 布置终端
- 8、 POP
- 9、 产品陈列

## 四、 活动策划的六大阶段

- 1、策划有亮点
- 2、准备需到位
- 3、预热要充分
- 4、执行最关键
- 5、检查不能省
- 6、总结需及时

## 五、 活动思想

### 活动策划的 26 个方法

- 1、打折
- 2、直降
- 3、买赠
- 4、抽奖
- 5、预存
- 6、联合
- 7、限时限量（抢购）
- 8、文化
- 9、返现
- 10、套餐
- 11、路演
- 12、团购
- 13、讲座
- 14、展示会

- 15、名人
- 16、签售
- 17、游戏
- 18、拍卖
- 19、秒杀
- 20、试用
- 21、公益营销
- 22、炒作、事件营销
- 23、新店开业
- 24、以旧换新
- 25、买单
- 26、摆设证人

## 下篇：促销过程管理执行篇

### 一、 促销中的员工管理

- 1、促销员的角色定位
- 2、促销员的形象要求
- 3、促销员的销售服务技巧
- 4、店长在促销中的角色定位
- 5、店长促销管理的工作流程
- 6、店长的四大促销管理法宝

### 二、 促销中的顾客管理

- 1、顾客流失的原因分析
- 2、促销的顾客对象及目的
- 3、促销时 VIP 顾客的短信发送技巧
- 4、促销对象的心理分析
- 5、不同类型顾客的接待服务技巧
- 6、站在顾客角度来审视你的门店
- 7、积极处理顾客的投诉

### **三、 促销中的销售技巧**

#### **第一讲：营造氛围，吸引顾客**

- 1、顾客的行走习惯分析
- 2、吸引顾客进店的 10 种方法
- 3、同一条街两家店的促销对比分析
- 4、如何吸引更多顾客？

#### **第二讲：主动迎接，探寻需求**

- 1、迎接顾客第一件事：真诚的微笑
- 2、促销期间的问候方式
- 3、接近顾客 3 种技巧
- 4、了解顾客需求，提升购买力
- 5、望闻问切探寻和引导顾客需求

#### **第三讲：产品介绍，异议处理**

- 1、产品介绍 6 个时机
- 2、FABE、销售法则和话术

- 3、顾客异议背后的含义
- 4、异议处理 3 步曲
- 5、给顾客一个购买的理由

#### **四、 流程管控，让促销变得更高效**

##### **第一讲：促销前的准备工作**

- 1、明确促销目的，锁定目标客户群
- 2、分析竞争对手，提升品牌竞争力
- 3、预算促销费用，分析盈亏平衡点
- 4、熟悉活动方案，分解目标和任务
- 5、盘点门店货品，提前补货或调货
- 6、营造活动气氛，短信邀约老顾客
- 7、做好员工培训，召开促销说明会

##### **第二讲：促销中的注意事项**

- 1、人员分工明确，团队默契配合
- 2、制造热销氛围，吸引更多顾客
- 3、提升服务意识，塑造品牌形象
- 4、掌握销售技巧，快速成交顾客
- 5、把控库存动态，及时补充货品
- 6、跟进销售目标，调整员工状态

#### **五、 目标管理，确保完成促销任务**

- 1、为何要进行目标管理
- 2、如何就活动中需要完成的指标与下属沟通

- 3、如何落实与分解活动销售目标
- 4、辅导员工将目标转化为行动计划
- 5、及时对下属进行促销方案执行过程的诊断
- 6、店长如何监控并帮助员工达成销售目标
- 7、目标管理工具——例会
- 8、目标管理工具——销售龙虎榜

——结束——