

# 《高绩效店长的店面运营管理》

主讲：吴兴波

## 课程背景

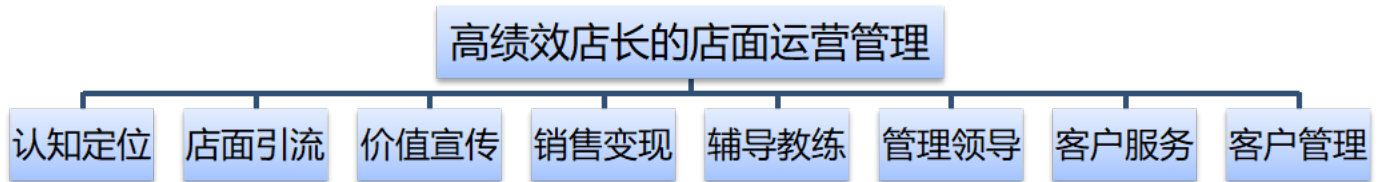
开不开店看老板，赢不赢利看店长，一个犹豫不决的店长让店关门大吉  
店长即是家长又是领导，如何提升客流量？如何确保店面业绩持续增长？  
如何塑造品牌价值做好服务打造店面核心竞争力？如何管理团队贯彻执行到位？  
如何制定运营管理机制，促进全员参与做到奖惩并重产出高绩效？  
一店之长，如何成长为“镇店之宝”如何独当一面又能带队前行？  
竞争加剧，您的店准备好了吗？您是称职的店长吗？

**课程对象** 店长/储备店长/店面老板

**课程形式** 实战讲授/互动问答/案例分析/现场讨论/模拟训练

**课程时间** 2天（每天6个课时）（时间分配：实战讲授60%，实战训练20%，调整纠偏20%）

## 课程架构



## 课程纲要

### 第一部分：我是谁？我该怎么做？我如何做更有效？

#### ---店长的定位与角色认知

1. 店长的定位与角色认知、以及店长的工作职责
2. 店长的工作重点内容：店长管理管什么？人、财、物、技、时、讯
3. 店长应具备的五种能力：谈判力、学习力、沟通力、领导力、决断力
4. 店长要掌握的八种知识：客户心理、店面管理、团队管理、\_\_\_\_、计划制定等
5. 店长需要关心的十件事情：运营目标、销售业绩、\_\_\_\_、店面管理、客户管理等
6. 店长应具备的工作态度：店长心态、\_\_\_\_、务实心态、空杯心态、老板心态

**小组讨论：**一位优秀的店长应该具备哪些素质？

### 第二部分：店面经营-业绩倍增的客流量管理

1. 店面业绩倍增的市场开发，横向扩张建立市场根据地
2. 打好目标客户市场攻尖战的五大原则
3. 纵向挖掘老客户再消费的三大方法
4. 店面客流量经营管理三大指标：1.位置 2.营销与宣传 3.成交
5. 为什么没有人？人在哪里出现？如何做好终端销售？
6. 如何快速提高进店率，外部吸引客流量的方法，
7. 店门口如何做品牌宣传广告，内部创造氛围留住目标客户的分析

**小组讨论：**如何让淡季不淡，如何同竞争对手竞争？

### 第三部分：打开知名度-店面区域的品牌打造

1. 店面区域品牌打造的五度空间：1.知名度 2.满意度 3.认可度 4.忠诚度 5.信赖度
2. 店面区域品牌策划的四率：1.曝光率 2.转化率 3.成交率 4.转介绍率
3. 店面区域品牌的打造策略：吸引-诱惑-转化-成交的运用
4. 老大和老二打架老三死了，跟第一名发生关系，傍大款该怎么傍
5. 营销策划广告的核心：有创意+接地气
6. 润物细无声的植入目标客户认同的符号

**小组讨论：**如何搞好促销，如何保证促而有销？

#### 第四部分：营销管理--拿业绩说话的店面营销

1. 为什么店面客流量不大？客户在哪里？为什么没有人进店？
2. 为什么客户进店留不住？留住了又不能快速成交？
3. 为什么店面总是搞活动赚吆喝，搞了没效果，有效果没利润，不搞没人气，该怎么办？
4. 树立心理第一印象，运用赞美的力量，接受、认同和赞美
5. 化反对问题为卖点，以退为进，具体反对问题处理
6. 察看客户眼神找到客户喜欢的产品，探寻客户心理需求让销售事半功倍
7. 塑造客户心理期望产品价值，让成交马到成功
8. 试水温，看顾客心理，预留让步空间，把握客户谈判心理快速谈判成交

视频学习：与某客户谈判成交的过程给你带来了几个感悟

#### 第五部分：训练店面精“鹰”——店面团队的辅导与教练

1. 授人以渔“会教”帮助雏鹰做好职业生涯规划，让销售“精鹰”学会自由飞翔
2. 与鹰同在“会帮”帮助雏鹰建立正确的销售意识，没有好坏只有成败市场不相信眼泪
3. 逼鹰飞翔“会练”锻造现有销售团队，销售“精鹰”辞退，调动时应注意的问题
4. 有效控制“会管”给“鹰”多大的销售权力？授权的流程及原则？大单该怎么处理？
5. 讲清规则，讲清成果，讲清后果，前有标兵，后有追兵

小组讨论：火眼睛睛识人--悟空、八戒、沙僧、唐僧--你想要谁？你要孙悟空？你想要大闹天宫的孙悟空还是戴上紧箍咒的孙悟空？

#### 第六部分：管出高绩效——从管理到领导的转变

1. 讨论：店长管什么？管人心？管人心的什么？
2. 缺乏弹性的制度会把活人管死，太灵活的制度又管不到位！
3. 案例：店面团队管理是一项系统工程，团队管理的激励机制该怎么调整？
4. 怎样管出绩效—用参与感价值化推动团队向前发展
5. 激发主人翁意识—如何让店面团队成员参与决策
6. 店长的弹性领导，领导力来源于影响力

案例分析：店长管什么--监控制度不是用来管人的，而是用来吓人的

#### 第七部分：赢在服务——金牌店长客户服务管理

1. 客户服务的概念、原则、本质、体系，通过表情分析不同性格的客户心理
2. 客户的抱怨分析、投诉处理的原则程序，以及基本方法与技巧
3. 塑造品牌价值，掌握客户消费心理与消费行为的技巧
4. 会沟通有方法的4个目的和1个核心，学会倾听的3个层面12个技巧
5. 有效沟通的听说看问4种状态的应用，说对话贵精要的黄金定律与白金定律
6. 常见客户投诉的案例分析：
  - 质量问题、服务满意度、高期望值、耽搁了时间、未受到尊重、安全感
7. 卓越客户满意服务：客户满意与否的主要表现、如何提高客户满意度、把握好服务过程

案例讨论：顾客不总是对的，顾客错了怎么办？

#### 第八部分：客情关系--店面服务的客户关系管理

1. 什么是客户关系（CRM），客户关系的定义，对客户关系的正确认识
2. 从满意到忠诚---客户关系管理，没有满意就没有真正的忠诚
3. 如何有效处长客户生命周期，客户满意的五个层次
4. 服务的策略和技巧，满足客户的期望值
5. 规范服务标准，强化服务理念
  - ◇ 良好的语音、准确的语感、节奏的安排、适当的肢体语言
  - ◇ 语言清晰度、专业度、亲和力
  - ◇ 来有迎声，问有答声，走有送声
  - ◇ 用心服务.尊重对方.换位思考
  - ◇ 对事实或感受做正面反应，不要有抵触情绪

分组讨论：如何管理并延长不同生命周期的客情关系