

《激发活力 决胜终端》

课程教学大纲

课程名称：《激发活力 决胜终端》

课程性质：内训/公开课

课程学员：营销人员

教学时数：学时：6小时（一天）

课程收益：终端门店是销量产生最后“临门一脚”，也是产品展示、促销活动、品牌形象、消费者培育的重要阵地。因此，决胜在终端、终端如何做好，关键是活化，如何通过搅动终端，拉动人气、带动销量？需要营销人员在主观上有耐心、细心、恒心、爱心；在专业技能上，熟练的掌握终端拜访的步骤、终端的主要工作、做好客情的维护。本课程既有系统的理论知识又注重落地实操。

- 1、提高对终端工作重要性的认识，消除疲惫、懈怠的情绪、提振信心；
- 2、终端操作的标准动作：拜访、进店工作、沟通技巧、任务布置等；
- 3、客情的维护，让店员能接受厂家的理念、共同维护终端；
- 4、终端促销的具体方法和注意事项、如何吸引人气引爆终端；
- 5、门店经营的“人”“货”“场”提升门店的管理能力、经营水平；

教学要求：课堂讲授要求理论结合实际，运用案例和教学实例，深入浅出、旁征博引，同时配备课堂练习，现场互动以消化老师的课程内容，做到学以致用。

教学纲要：

第一章：终端拜访八步骤

1. 终端拜访的意义是什么？
2. 销量—流量与转化
3. 开场很重要-30 秒决定成败
4. 终端拜访准备对照表
5. 终端拜访七定

- ✓ 定 点：客户资料卡/区域汇总表
- ✓ 定 期：设定客户拜访频率
- ✓ 定 时：设定客户停留时间

- ✓ 定 人：客户人员分配表
- ✓ 定 线：客户巡访路线表
- ✓ 定销量：销售目标分解
- ✓ 定标准：终端拜访八步骤

6. 客户拜访八步骤

7. 终端拜访三字经

8. 终端拜访 12 看

9. 提高拜访效率-客户的分类管理

- ✓ 寻找机会店
- ✓ 机会店集中拜访
- ✓ 自由拜访-加抽查
- ✓ 5+1 分级模式和 20+10 分级模式
- ✓ 优化终端拜访线路
- ✓ 打拜访时间差
- ✓ 集中 N 因素团队拜访
- ✓ 同类问题拜访
- ✓ 精准拜访：线路、时间、交通、问题

10. 竞品产品的调研

11. 沟通水平考察表

12. 分析问题的工具——多因素评分法

13. 过程管理的 PDCA

第二章：客情打造-厂商一体化

1. 客户关系维护的十大误区

2. 3+3 模型解决沟通问题

3. 赞美的技巧

4. 老板（店长）最爱听的话

- ✓ 差价和促销政策产生利润

- ✓ 赠品产生利润
 - ✓ 销量产生销售总利润
 - ✓ 客单价高产生利润
 - ✓ 周转率快产生利润
 - ✓ 返利产生利润
 - ✓ 促销产生利润
 - ✓ 陈列奖励产生利润
 - ✓ 人气产生利润
 - ✓ 品牌信任产生利润
 - ✓ 提升管理产生利润
 - ✓ 介绍资源产生利润
5. 客户信任感体现
 6. 客情-客户满意度管理
 7. 客情—增加客户粘性的方法
 - 8.
 9. 处理客户投诉的：LSCPA 模式

第三章：终端生动化-销量发发发

1. 案例：劲牌终端八达标
 - ✓ 档案准确率
 - ✓ 产品覆盖率
 - ✓ 陈列达标率
 - ✓ 价格规范率
 - ✓ 产品知晓率
 - ✓ 包装合格率
 - ✓ 终端拜访率
 - ✓ 氛围布置率
2. 出轨异常管理
3. 门店 CRM 数据分析的内容
4. 产品陈列标准
5. 第一时间能找到销量一定有回报
6. P O P 的种类

7. 门店增加人气的方法

第四章：终端促销-引爆客流

1. 区域业绩增长的方法

- ✓ 增加网点覆盖率
- ✓ 增加 A 类网点
- ✓ 增加促销力度
- ✓ 增加流量产品
- ✓ 人员技能培训
- ✓ 加大考核力度
- ✓ 数据分析追踪
- ✓ 增加通路利润
- ✓ 占用客户资金
- ✓ 争夺竞品销量

2. 终端单店动销十二法

- ✓ 法则一：生动法则
- ✓ 法则二：流量法则
- ✓ 法则三：复购法则
- ✓ 法则四：团购法则

。。。。

3. 顺着三要素要销量

- ✓ “人”“货”“场”
- ✓ “支”“帮”“促”

4. 成功策划店铺促销

5. 激励和促销的具体形式

6. 策划活动创意方法与活动方式

7. 活动策划书如何撰写

8. 门店经营管理工具

9. 样板客户的打造-消费者盘中盘