

《区域门店高效运营与管理》

课程教学大纲

课程名称：《区域门店高效运营与管理》

课程性质：内训/公开课

课程学员：区域经理、门店运营管理

教学时数：学时：6-12小时（1-2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。需要区域管理在主观上客情的维护，让店员能接受厂家的理念、共同维护终端；终端促销的具体方法和注意事项、如何吸引人气引爆终端；门店经营的“人”“货”“场”提升门店的管理能力、经营水平；本课程既有系统的理论知识又注重落地实操。

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：优秀的区域门店管理理念

1. 舞是跳出来的，技能是练出来的
2. 实战全靠真功夫 能卖才是硬道理
3. 只有完美的团队没有完美的个人
4. 门店命令的三大战争
 - ✓ 信息争夺战
 - ✓ 资源争夺战
 - ✓ 人才争夺战
5. 门店运营七字战略思维
 - ✓ 财：资金管理/商品管理/安全管理
 - ✓ 觅：渠道开发/会员管理/团购营销
 - ✓ 优：销售技巧/客户服务/店面运营
 - ✓ 颜：形象规划/商品陈列/卖场调整
 - ✓ 将：人员招聘/会议培训/团队建设
 - ✓ 促：品牌宣传/促销活动/网络营销
 - ✓ 查：销售计划/工作安排/落实检查

第二章：区域门店经营管理实务

一、区域市场操盘事项

1. 市场形势分析

2. 分析片区竞争对手的特点及份额
3. 区域服务质量监督及维护
4. 掌控市场发展动态，统筹规划区域发展
5. 发现人才，吸引人才，挖角人才
6. 培养人才，输送人才。

二、门店负责人管理

1. 门店经营的 KPI
2. 与店长“亲密无间”
3. 一定不能坐办公室
4. 诚，信，勤，礼四字真言
5. 拒绝急功近利的“诱惑”

三、门店考核与运营

1. 各门店市场分析
2. 各店目标情况(KPI 说话)
3. 各店竞争对手分析
4. 管理主题培训
5. 工作安排及市场攻略
6. 目标完成情况
7. 月度营销政策制定
8. 门店经营管理工具
9. 样板客户的打造-消费者盘中盘

第三章：区域经理的基本素质

一、区域经理个人素质修炼

1. 基本的商务礼仪

2. 见微知著的能力
3. 数据分析的能力
4. 慧眼识人的能力
5. 调动资源的能力
6. 方案形成的能力
7. 建立自信的方法
8. 案例：区域经理的烦恼
9. 工具：区域经理胜任力模型

二、区域经理的能力担当

1. 区域管理者的意义
2. 区域管理的角色定位
 - ✓ 企业对你的期待
 - ✓ 业务员所盼望的上司
 - ✓ 经销商喜欢的“边疆大臣”
 - ✓ 管理当好“区长”
 - ✓ 培训当好老师
3. 区域经理应有的态度
4. 做好区域管理工作 5 个基点
 - ✓ 业绩管理
 - ✓ 打造团队
 - ✓ 客户招商与管理
 - ✓ 常规工作的优化
 - ✓ 上传下达、任务落地

第四章：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. 处理客户投诉的：LSCPA 模式

第五章：门店终端管理：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

第六章：终端促销-引爆客流

一、区域业绩增长的方法

1. 增加网点覆盖率
2. 增加 A 类网点
3. 增加促销力度
4. 增加流量产品
5. 人员技能培训

6. 加大考核力度
7. 数据分析追踪
8. 增加通路利润
9. 占用客户资金
10. 争夺竞品销量

二、顺着三要素要销量

✓ “人”“货”“场”

✓ “支”“帮”“促”

1. 成功策划店铺促销
2. 激励和促销的具体形式
3. 策划活动创意方法与活动方式