

《终端门店的数字化运营与管理》课程教学大纲

课程名称：《终端门店的数字化运营与管理》

课程性质：内训/公开课

教学时数：学时 6-12 小时（1-2 天）

确保效果的培训方式

① 课程时间分配：

理论讲解 40% 实战练习 10% 课堂互动 10%

重点案例 30% 工具使用 10%

② 理论讲解结合学员的互动参与。采用“行动学习法”，针对工作中存在的问题，采取：理论讲解、提出问题—头脑风暴-分组 PK-老师专业点评-理论归纳-转变为学员的实操工具或流程。

③ 整个培训包括案例分析、现场解答、影视片段、情境模拟团队竞争等形式，让学员在紧张、热烈、投入的状态中，讲授的观点简单实用，容易掌握记忆，学员可以掌握相关的理念、工具和方法。

教学纲要：

第一章：门店的运营与管理

1. 门店人、货、场的重新构建
2. 增强门店体验感的方法
3. 获得客户：挖掘潜在客户
4. 留住客户：维护现有客户
5. 激活客户：激活休眠客户
6. 扩大客户：转介绍
7. 客户分析的四个重点
 - ✓ 客户购买模式
 - ✓ 客户购买类型
 - ✓ 客户购买决策
 - ✓ 影响客户购买的因素
8. 视频案例：储教授谈消费体验
9. 工具：CRM 客户管理方法
10. 导购策略：
 - ✓ 顾客购买决策的心理地图
 - ✓ 提供专业顾问式解决方案，帮助客户做决策
 - ✓ 应对打折降价、以走为上的“屠夫”顾客
 - ✓ 客户为什么说贵
 - ✓ 产品的精神属性
11. 导购成交方法
 - ✓ 直接要求成交法
 - ✓ 非此即彼成交法
 - ✓ 最后机会成交法
 - ✓ 假设成交法

✓ 保证成交法

✓ 。 。 。 。

第二章：大数据时代的精准营销

1. 客户身份数据
2. 洞察客户的喜好
3. 预测客户的购买倾向
4. 其他形式的数据
5. 增加互动的技巧
6. 增加客户忠诚度的技巧
7. 互联网精准营销关键词

✓ 粉丝思维

✓ 转化率

✓ 用户体验

✓ 参与感

✓ 曝光率

第三章 门店运营的核心—客户的管理

1. 客户满意度管理
2. 客户关系的管理
3. 客户的分类管理
4. 客户顾问式营销
5. 客户投诉怎么办
6. 客户的相处六大技巧
7. 客户画像的智能终端
 - ✓ 智能 POS
 - ✓ 二维码
 - ✓ LBS 定位
 - ✓ 智能摄像头
 - ✓ 定位 WIFI 数据输出
 - ✓ 云储存与云计算
8. 客户画像的方法
 - ✓ 购买金额
 - ✓ 购买频次
 - ✓ 购买价位
 - ✓ 购买习惯
 - ✓ 年龄
 - ✓ 性别
 - ✓ 身份
9. 客户画像后的 RFM 分析法
10. 客户画像后常数据分析图表
11. 建立客户连接点
12. 线下-到店/周边：WIFI、智能 POS、二维码、停车场、实体会员卡、优惠券、电子货币

13. 线上-互联网/移动互联网: 搜索引擎、电商平台、自有网站
微信、微博、App、短信
14. 客群分析: 到站人数/到访频率/到访时长/过客分析
15. 线上引入线下活动:
 - ✓ 团购、热门活动、限时折扣、兑换礼物
 - ✓ 品牌互动、消费返利、主题促销 会员生日/纪念日营销
16. 客户漏斗形成聚焦: 最终 APP 深度用户。
17. 通过微信与微博做营销平台, 通过 APP 来做粘度。
18. 强化社交与体验, 淡化硬性促销。
19. 案例: 大众点评的精准推送方案
20. 线上线下的组合营销方案:
 - ✓ 预热: APP、微信、
 - ✓ 活动: 拉人气、促交易、用户体验、用户服务
 - ✓ 活动后: 发布趣味数据、晒单、晒明星客户、晒好评与点赞
 - ✓ 假设我们拥有 1 万深度用户, 那么平均每个月他们需要来购物中心消费 1 千元, 那一年也就是 1 个亿

第四章: 提升门店人气与转化的社群化营销

1. 营销主题确立的套路
 - ✓ 企业形象的主题
 - ✓ 服务或技术的主题
 - ✓ 打时尚牌的主题
 - ✓ 打亲情牌的主题
 - ✓ 蹭热度形成的主题
 - ✓ 买赠吆吆喝型的主题
2. 消费文化与网红
3. 年轻人的消费习惯
4. 增强客户体验的方法
 - ✓ 找出高消费高转化用户
 - ✓ 预约服务
 - ✓ 没有等待空间
 - ✓ 提升购物体验
 - ✓ 购物分享
5. 新零售用户开源与引导
6. 线上的客流导入线下商家
7. 转换率 VS 平效
8. 曝光率 VS 产品陈
9. 新零售与社群营销
10. 建的社群为何无效
11. 社群构成的 5 个要素
 - ✓ 社群的生命周期

- ✓ 加群和建群的动机
- ✓ 社群管理的方法
- ✓ 粉丝经营的核心动作
- ✓ 如何从粉丝到社群

12. 微信营销：暧昧经济情感营销

13. 微信营销的关键流程：圈粉、分群、养粉、收割

14. 微信营销的关键步骤：4321 法则

15. 视频案例：朋友圈的混乱

16. 案例：线上和线下结合的场景营销

17. 案例：O2O 的模式激活用户