

《卓越店长管理》课程大纲

店长管理必须掌握的系统方法

同样都是店长，如何脱颖而出？

同样素质的导购，店长如果让其突出？

同样位置的门店，如何彰显门店特色？

同质化产品，如何差异化陈列销售？

同样的顾客，如何让其选你而不是竞品？

同样的时间，如何让店面客户愉悦？

同样的空间，如何让氛围感染人心？

同样的工具，如何发挥不同的价值？

同样是管理，如何构建赋能式系统？

同样都是开会，你的会议如何持续有效？

同样的资源，如何用得恰到好处？

同样的培训时间，不同的培训效果——

尽在资深培训专家余木老师的《卓越店长管理》课程



主讲老师：余木

70后营销老司机

资深营销操盘手

多家企业营销顾问

中国十强讲师

门店营销管理专家导师

20多年实战培训和营销管理经验

为深度合作公司整体操盘营销发展

为不少公司策划营销战略战术战斗

课程特色：

案例剖析、精彩演练、方法归类、理论传导、心态引导等培训魔圈相结合
采用教练技术、NLP技术等心理学教学技术
精彩讲授、互动演练、团队竞赛、现场实战、作业布置相结合
既有理论的高度、又有实战的效度、还有方法的用度
案例举一反三，理论包揽大局，方法迁延万象
课程专业化，培训顾问化，学习激情化，成果落地化

课程目标：

- 1、提升店长自我管理能量
- 2、帮助门店高效目标管理
- 3、整体提升门店销售业绩
- 4、打造门店卓越销售系统
- 5、提升销售管理思维系统

课程大纲：

一、门店管理整体思路：

- 1、门店管理认知：门店之“管”“理”的深度
- 2、门店就是战场：店面战6大关键管理
- 3、核心业绩指标：门店销售4量管理
- 4、经营四个核心：提升门店销售4率
 - 1) 进店率提升的5大关键
 - 2) 成交率提高的8大武器
 - 3) 成交额提高的4大技巧
 - 4) 回头率增加的8大服务

- 5、门店管理逻辑：管理3大圈层
 - 6、门店管理艺术：门店管理如何提升好感
 - 7、门店管理科学：门店管理如何形成规范
- 作业：构建门店管理整体系统，画出思路图表**

二、店长自我管理：

- 1、什么人适合做店长？
- 2、店长管理的逻辑和设计
- 3、店长的4大成长：资源成长+眼光成长+做事成长+心性成长
- 4、店长良好调整自我情绪的10大技巧
- 5、店长能力自我发展的8大做法
- 6、店长事务高效管理的6大秘诀
- 7、店长能量的4大突破

作业：根据店长自我特点，根据老师讲授的管理模式，梳理自我管理行动计划

三、门店人员管理：

- 1、**导购素养：**
 - 1) 导购就是大兵，一线大兵赢得战争，一线导购赢得销售。
 - 2) 如何充分发挥导购3大价值
 - 3) 导购三大根本对销售的拉动
 - 4) 客户喜欢的导购员4大特质如何养成
 - 5) 导购的3大境界运用：表现、特点、中心
 - 6) 导购3大核心思想如何落地
- 2、**导购招聘：**
 - 1) 导购招聘6大好渠道
 - 2) 导购招聘面试正确方法
 - 3) 吸引导购加入的5大方法
 - 4) 导购招聘配套工具资料好运用
 - 5) 导购招聘人员的形象管理如何加分
- 3、**导购管理：**
 - 1) 导购入职5大注意事项
 - 2) 充分调动导购积极性6大方法
 - 3) 导购3大绩效管理方法
 - 4) 导购能力提升6大教导方法
 - 5) 导购问题沟通5大激励方法
 - 6) 想离职的优秀导购5大留用方法
 - 7) 导购离职还感恩的4大方法
- 4、**门店其他人员管理：**
 - 1) 市场人员6大管理方法
 - 2) 门店前台和收银4大管理方法
 - 3) 产品顾问和设计师5大管理艺术
 - 4) 门店临促人员6大管理方法

作业：根据课程所学，导购选用育留机制方法实操

四、门店客户管理：

1、客户数据管理：

- 1) 客户 4 大关键数据管理分析方法
- 2) 如何利用数据提升门店人员销售

2、客情分析管理：

- 1) 客情分析 6 圈逻辑思路
- 2) 客情分析 4 大关键把控
- 3) 客情分析 4 大目标到位
- 4) 客情分析 3 大销售运用

3、客户接待管理：

- 1) 门店接待流程升级再造
- 2) 门店接待节点把控技巧
- 3) 客户接待工具运用方法
- 4) 门店接待沟通话语艺术
- 5) 客户接待仪式感打造

作业：整理一套门店客户管理实用表格

五、门店产品陈列：

- 1、产品陈列核心思想
- 2、产品陈列整体思路规划
- 3、产品陈列如何良好利用店面空间
- 4、产品陈列动线设计方法
- 5、主产品养眼凸显法
- 6、主产品和副产品错落陈列法
- 7、爆款产品促进销售陈列法
- 8、高利润产品优势凸显法
- 9、套餐产品搭配陈列法
- 10、增销产品升级陈列法
- 11、产品货架品牌推广法
- 12、产品标贴宣传设计法

作业：把自己门店产品，不合适的重新陈列

六、门店氛围营造：

1、门店氛围营造思路：

- 1) 顾客感知环境原理
- 2) 门店氛围营销定位
- 3) 门店氛围 3 大目标

2、门店“5觉”营造：

- 1) 营造 5 种客户好感觉
- 2) 视觉氛围营造 6 大技法
- 3) 听觉氛围营造 3 大声音

- 4) 味觉氛围营造 3 大方法
- 5) 嗅觉避讳 3 大区域注意事项
- 6) 触觉如何让客户产生拥有感
- 7) 门店五感合一的心觉营造

3、门店促销氛围设计：

- 1) 门店促销氛围设计思路
- 2) 门店促销氛围 4 大武器
- 3) 门店促销海报装饰要求
- 4) 门店促销展示品设计吸引
- 5) 门店促销礼品摆放思路
- 6) 门店促销外部氛围营造手法
- 7) 促销播报营造氛围 8 大技法

4、门店人气氛围营造：

- 1) 门店如何显得人多
- 2) 门店人气氛围 5 大技法
- 3) 门店如何展现人气抢购
- 4) 门店如何造成人气轰动
- 5) 门店体验氛围营造 4 大技法
- 6) 门店人员形象氛围营造技法

5、让客户感觉值的 8 大方法

作业：梳理一套自己门店氛围营销方案

门店洽谈管理：

- 1、洽谈区管理
- 2、洽谈工具
- 3、

七、门店岗位管理：

- 1、门店制度设计 3 大逻辑
- 2、门店岗位职责 6 大理解执行
- 3、门店岗位文化 3 圈价值设计
- 4、门店岗位对接 4 大事务处理
- 5、门店每日值班 3 大管理要求
- 6、门店岗位绩效 5 大促进销售

作业：把原有的门店岗位制度进行升级

八、门店会议管理：

1、门店早会，如何开好？

- 1) 门店早会如何开的激情？
- 2) 门店早会如何开的高效？
- 3) 门店早会如何坚持开？
- 4) 门店早会如何在坚持中变动？

2、门店夕会，如何开好？

- 1) 门店夕会和早会是否一样？

- 2) 门店夕会如何实现目标？
- 3) 门店夕会如果促进成长？
- 4) 门店夕会如何促进业绩？

3、门店周会，如何开好？

- 1) 门店周会 4 大错误
- 2) 门店周会 3 大注意事项
- 3) 门店周会 3 大目标原则
- 4) 门店周会 2 大重心
- 5) 门店周会高效时间把控方法
- 6) 门店周会数据工具运用
- 7) 门店周会记录管理

4、门店月会，如何开好？

- 1) 月会与周会有什么不一样？
- 2) 月会的战略性展现
- 3) 月会的战术性打法
- 4) 月会的场所和氛围营造
- 5) 月会的如何培训嫁接

作业：做出一套适合自己门店的会议管理系统

九、门店资源管理：

- 1、门店团队 4 大资源管理方法
- 2、门店总部 6 大资源管理嫁接
- 3、门店周边 6 大资源管理利用
- 4、门店联盟 5 大资源管理技法
- 5、门店网络资源 3 大有效管理
- 6、门店关系资源多层有效管理
- 7、门店客户资源 4 大高效管理

作业：挖掘身边还有哪些资源可以嫁接运用