

《门店兵法——门店布局、管理与销售》课程大纲

门店布局、管理、销售，必须掌握的系统方法

同样的费用，如何选择更好的门店？

同样的位置，如何更加吸引顾客？

同样大小的门店空间，如何精致化？

同质化产品，如何差异化销售？

同样水平的导购，如何成为销售精英？

同样的顾客，如何让他选择你而不选择竞品？

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？

同样的时间，如何更快的推动业绩？

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《门店兵法——门店布局、管理与销售》课程



主讲老师：余木

资深营销操盘手
职业团队建设师
多家企业商业顾问
中国十强讲师

20 多年营销操盘和培训咨询经验
15 年大型营销活动操盘和顾问经验
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
为众多知名企业和特色公司培训

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、帮助门店合理选址布局少走弯路
- 2、帮助门店经营者高效管理
- 3、整体提升门店销售业绩
- 4、理顺门店销售系统
- 5、提升导购销售素养激情习惯
- 6、提升销售人员的销售思维和销售能力
- 7、打造门店销售系统，提高销售成交率

课程大纲：

第一部分：门店布局篇

一、门店选址：

- 1、目标明确，选址才有方向：门店选址 4 大目标
 - 2、思路清晰，选址才会事半功倍：门店选址策略性思路
 - 3、好方法，助力选址高效达成：门店选址 8 大重要方法
 - 4、好的选址，还需好的谈判：选址 6 大谈判技巧
 - 5、好的选址，还需好的团队：选址团队 6 大要求和能力培养
 - 6、好的选址，需要绩效推动：选址 3 层绩效设计和 4 面管理
- 作业：根据老师所讲和产品特点，比较三个实际地址优劣

二、门店装饰：

- 1、门店之眼：
 - 1) 门店门头装饰 4 大原则

2) 门店门头装饰 4 大忌讳

3) 门头色彩灯光 5 大要求

2、门店之脸：

1) 门店橱窗装饰 5 大要求

2) 门店外墙装饰借力技巧

3) 店外其它区域装饰利用

3、门店之身：

1) 门店内部装饰 3 大定位

2) 门店内部整体规划 5 大要求

3) 门店 6 大动线设计思路

4) 门店充分利用店面位置、店面大小等布局方法

4、门店之五脏六腑：

1) 门店前台，如何既装的费用节省，又好看，还符号品牌定位？

2) 门店接待区，如何装的既不浪费空间，又好接待顾客？

3) 门店产品区，如何体现产品层次和档次？如何实现颜值和实用双目标？

4) 门店互动体验区，如何增进顾客成交情感？

5) 门店客户座谈区，如何利用空间又有利成交？

6) 门店墙体展示区，如何结合品牌、产品、位置等装饰，增强顾客认同度？

5、小店如何装的实用别致？

6、大店如何装的气派精致？

作业：自家门店装饰不足之处，立马整改，提升顾客吸睛率

三、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

四、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

第二部分：门店管理篇

一、门店管理整体思路：

- 1、门店管理认知：门店之“管”“理”
 - 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、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) 认识三大根本
- 4) 客户喜欢的导购员4大特质
- 5) 导购的3大境界：表现、特点、中心
- 6) 导购3大核心思想

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
- 5) 导购招聘人员的形象管理

3、导购管理：

- 1) 导购入职5大注意事项
- 2) 如何充分调动导购积极性
- 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

三、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) 门店接待流程设计
- 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表格

四、门店环境管理：

- 1、门店卫生环境如何保持好感觉？
- 2、门店物品摆放如何快速好归位？
- 3、门店促销物料如何嫁接利用？

作业：查看门店环境死角和不太重视之处，改进门店环境

五、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

六、门店会议管理：

1、门店早会，如何开？

- 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？

- 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？

- 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？

- 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

七、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

第三部分：门店销售篇

一、门店销售整体思路：

1、理解销售发心：

- 1) 销售的发心是什么？
- 2) 销售成交3大思想
- 3) 门店销售8大原则
- 4) 门店销售3大版块流程

2、认知销售成交：

- 1) 销售的本质是什么？
- 2) 销售价值主张
- 3) 销售是一套系统，展现价值主张的系统
- 4) 价值主张设计3大驱动因素
- 5) 谈单成交5点系统
- 6) 谈单3大目标的顺序

3、顾问式成交：

- 1) 谈单水平3大层级
- 2) 顾问式销售模型原理
- 3) 顾问式销售流程

作业：结合产品销售运用顾问式成交模型

二、门店销售接触技法：

- 1、门店销售4大思考
- 2、顾客接触的4大意义
- 3、接待寒暄参观门店流程
- 4、快速吸引顾客推介的7大吸引大法
- 5、接待顾客传递信息6大注意事项
- 6、顾客接触4大要素

作业：梳理自己门店接近吸引顾客的话术

三、门店销售情势把握：

1、把握三大情势：

- 1) 知市：把脉市场3面情势，因势利导

- 2) 知己：掌握门店 6 大情势，因情沟通
- 3) 知彼：运筹顾客 5 阶情势，因时成交

2、有效探知客情：

- 1) 懂客才懂销售：如何挖掘客情？
- 2) 分析顾客表里需求
- 3) 分析顾客真假底限
- 4) 顾客精准画像：顾客 5 类消费分析
- 5) 有效探测客户需求 3 大技巧
- 6) 关注顾客 5 个关注点
- 7) 不同顾客需求差异性分析
- 8) 顾客需求的 3 大确认
- 9) 探寻顾客需求的技巧，有效探测顾客需求 3 大方法

3、销售发问技巧：

- 1) 销售是对话，不是说话：销售不是说出来的，而是问出来的。
- 2) 发问的原则和逻辑
- 3) 问题设计：销售的能力就是设计问题的能力
- 4) 步步诱导的提问技巧
- 5) 发问 6 大注意事项
- 6) 销售人员的 7 不问
- 7) 销售发问闯三关

4、销售聆听技巧：

- 1) 听的 5 个层次
- 2) 聆听 3 大原则
- 3) 聆听 7 大技巧

5、顾客心理分析：

- 1) 顾问式销售分析客户心理
- 2) 顾客购买心理阶段法则
- 3) 顾客消费 10 大心理效应
- 4) 顾客购买需求和标准分析
- 5) 顾客进店浏览心理分析
- 6) 顾客观看产品心理分析
- 7) 顾客交谈沟通心理分析
- 8) 顾客提出异议心理分析
- 9) 顾客购买成交心理分析
- 10) 产品定向，为顾客做诊断

6、客户认知分析：

- 1) 顾客对产品本身的认知分析
- 2) 顾客对产品行业的认知分析
- 3) 顾客对我们品牌的认知分析

作业：回顾产品销售中一个印象深刻的顾客，利用刚学的方法进行剖析

四、门店销售方法思路：

1、销售就是思想战：

- 1) 现场案例互动，导入销售道术

- 2) 销售是价值观的销售
- 3) 信任的最高阶是理念信任：客户满意的3个层次
- 4) 分析7个方面理念，把握理念成交
- 5) 设计成交理念3大视角

2、建标准流程技法：

- 1) 明确顾客标准4步流程
- 2) 引导顾客标准3步导入
- 3) 创建顾客标准4大主题
- 4) 强化顾客标准5点技法

3、销售卖点法则运用：

- 1) 如何换角度说产品优势
- 2) 客户购买2大动力销售
- 3) 痛苦加大法4层逻辑
- 4) 快乐加大法6大方法

4、销售情感亲近方法：

- 1) 客户亲近5个技巧
- 2) 赞客户技巧话术
- 3) 8个角度找同点
- 4) 表认同2个纬度
- 5) 提建议方法技巧
- 6) 交朋友技巧话术

作业：情感运用方法谈单实操

五、门店销售价格技巧：

1、心理定价——操作交易价值：

- 1) 运用交易效用理论谈单
- 2) 影响感知交易价值的因素
- 3) 参考价格与实际价格的差异
- 4) 感知价格公平

2、操纵感知价格：

- 1) 价格质量推理
- 2) 让价格更实惠
- 3) 三大角度价格
- 4) 价格分解方法

3、优惠政策成交方法：

- 1) 优惠政策设计方法
- 2) 优惠政策谈单思路
- 3) 客户优惠疑问答疑
- 4) 优惠政策谈单工具

4、价格促成技巧：

- 1) 客户嫌贵促成技巧
- 2) 超出客户预算技巧
- 3) 价格促成配套技巧
- 4) 让客户签合同技巧

5) 配合促单技巧

作业：根据培训教导的方法，进行谈单促成训练

六、门店销售促成招数：

1、促单心态：

- 1) 促单发心
- 2) 5种促单观念剖析
- 3) 促单思维

2、促单信号：

- 1) 口头信号6类特征4类具体的促单口头信号语言
- 2) 6种表情信号
- 3) 5种促单姿态信号

3、促单技法剖析：

- 1) 4层促单技法逻辑
- 2) 6种基本促单技法
- 3) 10种升级促单技法
- 4) 5种辅助促单技法
- 5) 4种另类促单技法

4、促单战术10大高招：

5、促单工具：

- 1) 荣耀凭证
- 2) 自我包装
- 3) 4个方面案例见证
- 4) 4个方面同行资料
- 5) 4个方面签单凭证
- 6) 以往活动优惠
- 7) 促单礼品运用

5、10大促单忌讳

6、销售异议处理：

- 1) 异议的表象、真相和根源
- 2) 分析对方考虑什么，听出具体问题
- 3) 异议处理法则
- 4) 异议处理心情套路
- 5) 8大常见异议处理，提升成交率
- 6) 3大类别异议处理

作业：不同客户，运用适合客情的促单方法技巧

七、门店销售综述：

1、门店销售层次：

- 1) 门店销售3层次，不同层次不同销售结果
- 2) 高层次销售的5大技法

2、门店销售主题方法：

- 1) 互动式销售8大互动销售技法
- 2) 体验式销售6大体验促动招数

- 3) 教导性销售 6 大逻辑赢得信任
- 4) 情感性销售 4 大层面感动客户

3、吸引顾客再来：

- 1) 谈单沟通给客户留下 4 条尾巴
- 2) 吸引顾客再次见面的 9 大策略
- 3) 为下次见面做好铺垫的好方法
- 4) 提前告知顾客对接的 4 个内容
- 5) 5 大角度学会给顾客布置作业

4、门店销售追踪：

- 1) 顾客离店后 5 步追踪法
- 2) 顾客二次到店 6 步销售法

5、门店销售注意：

- 1) 门店销售注意事项
- 2) 门店销售常犯的 5 大错误

作业：总结梳理门店销售系统，用之于实战