

予學予樂 相伴成長

# 業績倍增 KPI 分析与突破

## 培訓計劃書

1

計畫書 宋予 (LENA)

提交者

提交日期 2023 年 4 月 27 日

## 【课程背景】

在电商冲击、品牌竞争越演越烈的市场环境下，品牌应如何应对？粗放式的管理必须改变！面对每天店铺日常经营管理中产生、计算、提交很多的经营数据及报表，所提供给我们品牌管理者的重要经营信息，是否得到了最合理的分析及运用？是否针对性调整经营、改良行动？如何有效利用店铺日常经营管理中产生的纷繁复杂的各类数据和信息？直接影响到销售策略的制定、产品的组合和流转分配、销售目标的订立和调整，以及人员工作重点的布局和培养。

KPI(Key Performance Indicators)是店铺销售管理中的一个重要工具，是反馈店铺生意状况的关键指标，是分析生意和制定生意提高行动的重要依据。找出并利用好关键性的指标，可以令店铺销售管理焦点集中，解决销售问题事半功倍。深入研讨如何突破过程关键指标，提升品牌运作管理及品牌业绩，是品牌提升的核心管理技术，激发品牌团队充满正能量。

## 【课程受益】

- 认知店铺业绩影响因素分析及信息收集渠道，明确零售管理者应重点着手管理方向；
- 掌握店铺业绩 KPI 定量及定性分析工具，根据现有资源明确切实可行的 KPI；
- 掌握零售管理结果与过程业绩指标 KPI 计算公式及管理意义，为分析及突破提供量化客观依据；
- 认知品牌店铺业绩提升突破点及途径，改变现时零售管理水平，提升人员专业素质。

【授课时长】 2-4 天（根据品牌需求安排课时）

## 【授课形式】

理论分享、角色演练、体验式分享、案例分析、故事引导、行动学习实践等

## 【授课对象】

品牌加盟商、品牌零售管理者（品牌经理、零售经理、零售主管、店铺负责人）

## 【课程大纲】

## 第一部分：如何快速诊断业绩突破点

- 新零售时代业绩关键构成要素重新定义
  - ✓人：消费者 消费者及合作生产者
  - ✓货：从商品 全方位的消费过程及体验
  - ✓场：线上&线下零售终端 场景化零售
- 店铺业绩从哪里来？——业绩计算公式分析
- KPI 提升零售管理的重要意义
  - ✓计算 KPI 对业绩的影响？
  - ✓KPI 分类及管理重要性

## 第二部分：店铺业绩KPI 计算公式及管理意义

- 零售管理结果业绩指标 KPI 计算公式及管理意义
  - 销售业绩额
  - 指标达成率
  - 同比增（跌）浮比率
  - 环比增（跌）浮比率
  - 人效
  - 坪效
  - 品牌竞争率
- 零售管理过程业绩指标 KPI 计算公式及管理意义
  - 阶段业绩完成率
  - 业绩相对完成率
  - 进店率
  - 成交率
  - 体验率
  - 客单价(ATV)
  - 件单价(ASP)
  - 客单量(UPT)
  - VIP 回归率
- 各项 KPI 实例应用

## 第三部分：掌握诊断工具——业绩KPI 分析法

- 基于数据分析销售措施
  - ✓定量分析方法-IDII 分析法

- ✓ 定量分析 KPI 管理
- ✓ 案例操练-解读单店\区域的目标达成率
- 基于事件分析销售措施
- ✓ 定性分析方法-鱼骨图分析法
- ✓ 定性分析优先级别维度
- ✓ 案例操练-鱼骨图找原因及应对解读单店\区域的目标达成率

## **第四部分：时刻追数——业绩相对完成率的管理意义、计算公式与突破方法**

- 业绩相对完成率管理意义
- 业绩相对完成率计算方法
- 业绩相对完成率突破途径
- ✓ 调整指标
- ✓ 分配任务

## **第五部分：让更多的顾客进店——进店率管理意义、计算公式与突破方法**

- 进店率管理意义
- 进店率计算方法
- 进店率突破途径
- ✓ 单店行动因素——店铺入口动线、橱窗呈现、客流导向
- ✓ 线上导流策略——店铺定位、口碑搜索、商场标识
- ✓ 品牌企业行动因素——店面装修形像、促销推广、品牌知名度

## **第六部分：让顾客记住品牌——体验率管理意义、计算公式与突破方法**

- 体验率管理意义
- 体验率计算方法
- 体验率突破途径
- ✓ 货品陈列
- ✓ 动线驻足
- ✓ 引导试身

✓产品推荐

## 第七部分：挖掘最大的顾客购买力——客单量（连带率）管理意义、计算公式与突破方法

□ 客单量管理意义

□ 客单量计算方法

□ 客单量突破途径

✓观察顾客——语言\身材\眼神\动作\服饰搭配

✓场合搭配——面试\相亲\约会\婚礼\商务酒会\颁奖典礼....

✓销售演说——货品卖点介绍\货品投射效果\添加情感因素

✓个人着装风格——体色面型\四季风格\八大风格类型

✓邀请成为VIP享受尊享——语言风格\清除障碍\呈现价值

## 第八部分：稀缺突显顾客身份——件单价（销售高价品）管理意义、计算公式与突破方法

□ 件单价管理意义

□ 件单价计算方法

□ 件单价突破途径

✓顾客个性消费应对策略——创新型\融合型\主导型\分析型

✓权威产品闪光点提炼——BFAE&USP 产品推介表的运用

✓本季潮流趋势——色彩、设计、面料、功能前沿

✓不同产品生命周期推荐策略——导入期、成长期、成熟期、衰退期

## 第九部分：让顾客成为持续的业绩贡献者——VIP 重复购买率管理意义、计算公式与突破方法

□ VIP 重复购买率管理意义

□ VIP 重复购买率计算方法

□ VIP 重复购买率突破途径

✓线上线下全渠道关系维护——定位\时空\顾客关注点\途径\营销动向

✓由维护关系到引发购买的价值传递——情感\信息\价值\需求\服务\求新类型描述及门店应用

✓促进二次消费的VIP日常管理七工具

予學予樂 相伴成長