



## 新零售终端销量突破 S6 制胜系统

### 课程背景

门店生意不好，怎么办？是品牌没有拉动力？是店员能力不行，还是产品价格定得太高？在产品同质化条件下，同类门店的竞争越来越激烈，顾客都喜欢货比三家，面临消费习惯的挑战，我们应当如何应对？静下心来，先想想下面的问题：影响顾客购买的因素是什么？客流量？如何提高客流量？进店率？如何提高进店率？还有成交率？客单价？忠诚度？等等。究竟如何实现这些指标，门店业绩才能真正持续提高。

### 课程目标

- 有效掌握新零售终端持续增长的赢利模式。
- 学会系统辅导零售商生意增长的方法。
- 迅速扩大品牌在零售终端的市场表现。
- 掌握提升终端销量的多个维度。
- 迅速拉动零售终端销量。
- 带回一套快速提升终端销量增长的工具系统。
- 有效掌握推动单店销量增长的关键 KPI 指标。

### 课程对象

经销商、店长、厂家

### 课程时间

3 天

### 课程方式

授课 40%（互动引导）+小组练习 20%+现场模拟演练 40%

### 课程大纲

#### 第一部分 零售门店遇到的挑战

- 门店销量增长遇到的瓶颈
- 决定门店销量的七项 KPI 指标

$$\text{生意额} = \text{客流量} \times \text{进店率} \times \text{接触率} \times \text{体验率} \times \text{客单价} \times \text{成交率} \times \text{回头率}$$

- 零售商的两条出路：猎人？农夫？
- 零售门店赢利模式老化带来的挑战：

什么是赢利模式？

零售商赢利模式老化了吗？

新零售时代如何打造富有竞争力的门店赢利模式？

#### 第二部分 SI-销售氛围营造系统



- 店铺招牌
- 橱窗设计
- 宣传物料
- 证书使用
- 堆头整理
- 产品展示
- 灯光照明
- 阶段音乐
- 气味选择
- 环境卫生

## 第三部分 S2-人力资源管理系统

### • 挑选最优秀的士兵

- 高薪请来的“空降兵”为什么都“水土不服”？
- 自己求贤若渴，但外面的人才在哪里？
- 怎样让经销商企业内部高潜质的人才脱颖而出？
- 优秀士兵的标准是什么？
- 优秀士兵进入经销商团队的渠道有哪些？
- 选拔优秀士兵的方法有哪些？
- 优秀员工的阳光心态：忠诚、敬业、责任、团队

### • 岗位职责及工作流程是否明确

- 何谓作战有序
- 专业的人干专业的事：组织设计
- 萝卜和坑：定岗定编
- 让听得见炮声的人指挥战斗：汇报层级和管理跨度
- 程序正确保证结果正确：用流程屏蔽风险
- 用军规解决一类问题

### • 培养制度是否完善

- 员工培养 ≠ 员工培训
- 新员工特训营：加入公司的 第一堂课
- 导师辅导：教练传帮带
- 项目练人：给员工一个独立展示的舞台
- 轮岗培养：让未来领导者经历不同岗位的历练

### • 激励机制是否合理

- 绩效考核
  - 业务团队的绩效考核
  - 找到考核的关键指标
  - 让关键指标落地的考核方法
  - 后台员工的绩效考核
  - 管理者的绩效考核



- 激励体系设计
  - 多样化的需求
  - 薪酬很重要，但不是唯一的需求
  - 吸引与保留优秀士兵的“全面报酬”
  - 给薪水多少合适
  - 如何调薪
  - 奖金如何发放
  - 如何用企业文化经营人心、凝聚团队？
  - 怎样提升士气，让员工感觉有奔头？
  - 如何加强情感联系，让离职员工“好马也吃回头草”？
  - 合伙人制度及股权激励

## 第四部分 S3-渠道开发系统

- 隐形(装修公司、设计师、水电工)渠道的显性化管理
- 调研摸底
- 业务拓展
- 业务维护
- 工程渠道的拓展
  - 工程项目前期准备
  - 工程项目执行阶段
  - 工程项目后期运作阶段
- 网络分销渠道开发
  - 区域保护
  - 区域营销政策的制订
    - 价格政策
    - 返利政策
    - 订货、付款政策
    - 发货、运费政策
    - 业务人员差旅、通讯、业务费用标准
    - 薪酬及考评政策
    - 售后服务政策
    - 渠道资源互补
- 向两栖进化：试水网络渠道
  - 电商开始向传统经销商示好
  - 试水电商的切入口
  - 微信营销
- 店面零售渠道
- 天龙一步 - 未雨绸缪
  - 自己：快乐的工作状态、良好的形象、工作用品
  - 产品：将产品擦拭一新、注意产品摆放的角度和高度
  - 标签是否完备、各类产品库存量



- **天龙二步- 待机迎客**
  - 正确的迎客语言和动作是什么？
  - 市场拦截的方法：决胜于千里之外
- **天龙三步- 接近顾客**
  - 老顾客的迎接方法
  - 陌生客户的接近方法
  - 接近顾客的最佳时机？
  - 如何观察顾客的一动一行？
  - 接近顾客的四大方法是什么？
  - 如何赞美顾客？
  - 接近顾客的注意事项是什么？
  - 如何保持即亲密又安全接触的距离？
  - 销售片段演练
- **天龙四步- 挖掘需求**
  - 如何挖掘顾客的需求？望闻问切
  - 销售是问出来的：问对问题赚大钱
  - 如何针对本行业设计开放式问题、封闭式问题？
  - 提问的技巧是什么？
  - 确定客户的冰箱需求需要问哪些问题？
  - 顾客类型分析及应对
  - 顾客权力分析（判断谁是决策人）
  - 销售片段演练
- **天龙五步- 产品推荐**
  - 产品生动化展示的攻心策略
  - 如何有效引导和鼓励顾客体验
  - FABE 产品展示法则应用
  - 如何有效激发顾客购买（占有）的欲望？主动提出，透过证据说服您的客户
  - 销售片段演练
- **天龙六步 -异议处理**
  - 深刻认识异议：嫌货的才是买货人
  - 了解客户产生异议的真正原因
  - 一般都会有哪些异议？如何处理顾客的异议？
  - 关于价格的异议
  - 关于款式的问题
  - 关于品质的问题
  - 关于服务的问题
  - 离别前的博弈：我还要到别的品牌比较一下（我再看看、我考虑一下）
  - 销售片段演练
- **天龙七步 - 绝对成交**
  - 一定要由顾客说买单时，我们才开单吗？



- 成交的关键在于要求——顾客的购买信号
- 成交方法
- 天龙八步-情感建设
  - 解决的问题：“谢谢，再见，欢迎下次光临！”
  - 交易完成后的注意事项
  - 请顾客转介绍
  - “美”程服务
  - 角色扮演：导购实战情景角色扮演+学员点评+讲师点评
  - 角色扮演
  - 导购实战情景角色扮演+学员点评+讲师点评

## 第五部分 S4-产品管理系统

- 产品选择
- 品类划分
- 库存管理
- 滞销品管理

## 第六部分 S5-市场推广系统

- 方法一：促销
  - 促销目的
    - 扩大品牌影响力
    - 提升销量
    - 抗击竞争对手
    - 推广新品
    - 消化库存
  - 完成厂家促销的关键点 /
    - 促销费用对接
    - 促销对象对接
    - 促销配额的分配
    - 促销分工对接
    - 促销流程对接
  - 自行促销的门道
    - 针对消费者的常规方法
    - 针对渠道的常规方法
    - 经销商经典促销
    - 自行促销的注意事项
  - 门店促销策划五步曲：
    - 确立促销目标
    - 选择促销工具
    - 制定促销方案
    - 检验、实施所制定方案
    - 评估促销效果



- 小组演练：如何成功策划与组织一次门店促销活动？
- 方法二：市场拦截
  - 地点
  - 工具选择
  - 人员要求
- 方法三：小区推广
- 方法四：不同产品间的联合推广（跨界、异业联盟）
- 方法五：新媒体推广投放（自媒体、微信、社群）

## 第七部分 S6-客户关系管理系统

- 客户关系管理的意义
  - 能降低企业维系老客户和开发新客户的成本
  - 能降低企业与客户的交易成本
  - 能给企业带来源源不断的利润
  - 能促进增量购买（转介绍）和交叉购买
  - 能提高客户的满意度与忠诚度
  - 能整合企业对客户服务的各种资源
- 客户关系管理的战略框架
- 利用工具，保证对客户定期关注
- 客户分级
  - 1) 为什么要对客户分级
    - 不同的客户带来的价值不同
    - 企业必须根据客户的不同价值分配不同的资源
    - 不同价值的客户有不同的需求，企业应该分别满足
    - 客户分级是有效进行客户沟通、实现客户满意的前提
  - 2) 如何分级——分级的指标
    - 关键客户
    - 普通客户
    - 小客户
  - 案例分析
- 客户档案
  - 1) 客户关系管理与客户档案的关系
  - 2) 客户档案的具体内容
  - 案例分析
- 团队协作，加强客户情感帐户建设
  - 公司层面
  - 销售人员层面
  - 客户心理特征分析
    - 关键人物的几种类型
    - 关键人物的性格特点分析
- 心灵按摩，建立客户投诉处理系统



- 认识客户投诉
  - 思考讨论：
    - 客户是……？什么是客户投诉？
    - 你觉得客户投诉对企业有什么意义？
  - 1) 客户投诉的定义
  - 2) 客户投诉的产品原因及分类
  - 案例分析
  - 3) 客户投诉对企业的好处
  - 拼图游戏: 优质客户服务意味着
  - 4) 投诉的四个阶段
  - 5) 投诉处理人员的核心能力
  - 处理投诉的沟通技巧
  - 处理投诉时的情绪控制
  - 6) 正确处理客户投诉的原则
  - 案例分析
- 有效处理投诉的步骤和方法
  - 难缠客户的谈判策略
- 客户投诉处理的实战练习（设计相关案例安排学员现场演练）
- 预防系统，主动收集客户声音，加强客户对话
- 加强事后改善跟进，推动问题得到最终解决
- **客户的流失与挽回**
  - 客户流失的原因
  - 如何看待客户的流失
  - 认真对待已经流失的客户
  - 流失客户的挽回技巧

(全文完)