

《实现财务自由——新形势下的商品组合与订销存管理实务》

讲师：崔自三

破冰游戏：分组：队长、队名、口号、队歌
培训结束，评出优胜组、先进个人，并进行奖励

引子：

这是一个最坏的时代，也是一个最好的时代！

第一部分：数字化商品计划能力提升

一、产品动销情况分析

- 1、产品销售总体分析
- 2、产品结构分析
规模分摊成本，结构产生利润：
- 3、产品价格组合分析
- 4、产品促销分析
- 5、各区域、分销商或门店销售分析

案例：数字化商品计划，这些分析少不了

二、合理化促销及费用资源分配

- 1、促销的分类
- 2、促销费用的构成
- 3、促销费用分配的原则
- 4、促销费用的控管控
- 5、促销费用建议

系列案例：促销费用，好钢用到刀刃上

第二部分：商品规划与组货能力构建

一、通过数据看乾坤

- 1、我们需要哪些数据？
- 2、通过数据，我们要预判哪些内容？

案例：某经销商通过数据定取舍

二、商品规划及定量

- 1、商品规划的三个前提与五个保障
- 2、应该遵循的 SMART 法则
- 3、商品组合的模型
- 4、商品分类组合的赢利黄金分割点

案例及工具：商品组合规划，可以这样做

第三部分：进销存管理提升

一、监控区域产品销售动态

- 1、各区域销售汇总分析
- 2、销售达成过程管理

工具：日达成检核表

二、店铺库存管理

- 1、库存管理应遵循的原则
- 2、库存管理的 1.5 倍法则及运用

案例与练习：如何灵活使用 1.5 倍库存法则

三、店铺存货周转

- 1、什么是存货周转
- 2、存货周转两大关键点

案例：存货周转，产品健康循环的保障