

《实效传统线下零售店管理及终端业绩提升六大策略与方法》

主讲：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：小故事，大营销
有何启发？

第一部分：新形势下的传统零售门店经营管理技能提升

一、 门店管理——用经营的思维看待市场

- 1、从做市场到经营市场
- 2、从做销量到做效益（量利结合）
- 3、从做管理到做服务（价值）

二、 门店管理之环境管理

- 1、为什么要做环境管理？
- 2、环境管理要遵循什么原则？
- 3、环境管理包括哪些内容，如何操作？

案例：某门店巧设VIP台赢得客户

三、 门店管理之产品管理

- 1、产品内涵管理——树立完整产品概念
- 2、什么样的产品组合才赚钱？规模分摊成本，结构产生利润
- 3、产品价格管理——价格秩序决定门店系统是否赚钱及重视程度

案例：某传统门店为什么利润微薄

四、 门店管理之库存管理

- 1、门店库存有哪两怕？
- 2、什么样的库存才是合理的？
- 3、1.5倍安全库存法则为什么要灵活使用？
- 4、什么是存货周转？

演练：1.5倍安全库存法则

五、 门店管理之导购管理

- 1、导购员——撬动市场业绩的核心力量
- 2、为何要涉入导购管理？
- 3、如何介入导购管理？

案例：某企业借助培训奖励同化门店优秀导购

六、 门店管理之竞品管理

- 1、为什么要进行竞品管理？
- 2、竞品管理要关注哪些方面？

案例：某快消品企业的追随与突破策略

第二部分：新形势下的传统零售门店业绩提升六大策略与方法

- 一、终端业绩提升策略与方法一：做好视觉化营销，提高曝光度
 - 1、视觉化营销——易看、易选、易拿
案例：可口可乐，从3A到3P
 - 2、视觉化营销——终端陈列与生动化方式
案例：康师傅陈列技巧
 - 3、视觉化营销八大策略与技巧
系列案例：产品陈列与生动化实例讲解
- 二、终端业绩提升策略与方法二：用促销来吸引和拉动消费者
 - 1、基于人性的动销促销设计
模板：促销设计，人性是基础
 - 2、促销策划的原则
案例：加多宝的出奇制胜
 - 3、有效促销十大策略
系列案例：这样的促销，才有效
 - 4、持续增量——检核、评估、优化促销
工具：促销评估表
- 三、终端业绩提升策略与方法三：打一场“人民战争”
 - 1、全员动员、全员营销
案例：某经销商给销货的非营销人员提成促量
 - 2、责任共担，利益均沾
案例：苏泊尔经销商门店承包制
 - 3、优化、提升经销商薪酬激励机制
案例：海南某优秀经销商激励措施
- 四、终端业绩提升策略与方法四：广开渠道，积极开源
 - 1、渠道越广，增量越大
 - 2、维护老渠道，开拓新渠道，并纳入考核
 - 3、探索跨界渠道提升销量
案例：双汇的“五道”计划
- 五、终端业绩提升策略与方法五：终端前置—社区营销
 - 1、决战终端、决胜终端
 - 2、终端拦截，销量提升
案例：某经销商的社区营销提业绩
- 六、终端业绩提升策略与方法六：互联网营销提销量
 - 1、与时俱进，主动“织网”
 - 2、互联网营销四大方式
案例：某乳品经销商借助互联网拓客户