

《连锁门店的精益化高效运营》课程大纲

教学时数：学时 1-2 天

培训对象：客户管理、营销人员

课程收益：站在客户满意零售的角度阐述连锁零售业的经营，连锁门店经营，用工及团队打造，库存管理、降低损耗、精益客诉管理，提升管理满意度。

在客户关系管理当中，我们不能完全靠制度和流程，除了制度和流程之外我们还要跟客户保持很好的沟通，倾听客户的声音，维护客户关系，需要具体的一些实际性的动作，这样才能达到客户关系，能增强客户粘性，提升客户满意度的目的。

课程目标：使学员掌握客情维护、客户关系管理、以提高客户满意度，提高客户管理中的效率，降低客户管理成本。系统学习客户评估的方法及工具运用，集中精力服务对公司有价值的客户，满足有价值客户的需求、挖掘客户需求、提高公司收益。

第一部分：客户客情关系维护

一、如何开展客情关系维护

1、不同类型的客户心理分析及服务应对

- ✓ 犹豫不决型客户
- ✓ 脾气暴躁型的客户
- ✓ 沉默寡言性的客户
- ✓ 节约俭朴型的客户
- ✓ 虚荣心强的客户
- ✓ 贪小便宜型的客户
- ✓ 滔滔不绝型客户
- ✓ 理智好辩型客户

二、如何管理客户满意度

- 1.什么是客户满意度
- 2.客户满意度的指标
- 3.做好客户心里预期管理
- 4.如何增强客户的粘性
- 5.如何让客户转介绍
- 6.重点客户的管理
- 7.客户分类的主要方法
- 10.客户信息管理
- 13.客户信息保密制度
- 14.客户关系的八大输出

第二部分：客户价值评估

一、客户数据分析与客户画像

1. 客户数据分析
2. 预测客户的购买倾向
3. 增加互动的技巧

4. 增加客户忠诚度的技巧
5. 互联网精准营销关键词
6. 客户画像的方法
7. 客户画像后的 RFM 分析法
8. 客户画像后的数据分析图表
9. 建立客户连接点

二、客户价值评估维度与指标

1. 现在价值
2. 未来价值
3. 社会价值

三、衡量客户的重要度有三个基本原则

1. 越多的人认识你，你就越重要
2. 越多的人依赖你，你就越重要
3. 邻居越重要，你就越重要

四、客户价值评估常用的工具与模型

1. RFM 模型
 - ✓ 最近一次消费频率
 - ✓ 消费评率
 - ✓ 消费金额
2. CLV 模型，客户生命周期价值模型
3. 客户社交价值模型
4. 确定信用评估标准
5. 客户忠诚度评估

五、客户价值评估运用

1. 客户价值应用-差异化客户分级管理
2. 客户价值应用-客户保有
3. 客户价值应用-精确营销

第三部分、精益库存管理与物耗管理

一、合理库存管理

1. 库存周转率的意义
2. 产生库存的原因
3. 库存危害的三个方面
4. 库存的八大浪费
5. 库存管理的闭环运营
6. 系统管理的作用
7. 内部的管控体系
8. 合理库存数的计算
9. 库存管理的信息化

二、精益物耗管理

1. 优化商品结构，提升商品的动销率和周转率。
2. 订货管控，严格按照销量进行订货，避免库存积压。
3. 改变采购收费的盈利模式

4. 强化收货过程当中的规范管理
5. 清理滞销库存，将库存周转下降至正常水平。
6. 建立门店管理的标准化实操手册。
7. 强化对于操作标准的专业培训，提升实操能力。
8. 可以建立台账，增加盘点频率，安排专人管理等等措施
9. 强化门店的技术管控手段。
10. 增加角落的一些监控
11. 加强收银通道管控，提高收银员的防损意识。
12. 定期盘点、及时掌握可靠数据，分析损耗产生的原因。
13. 定期召开损耗控制会议，针对损耗原因针对性改善。
14. 加大员工偷盗惩处的力度，并对发现盗窃问题的员工给予奖励。
15. 建立损耗控制奖惩机制

三、合理排班的方法

1. 合理排班的作用
2. 合理班表的内容
3. 管理人员班表排班原则
4. 员工班表排班原则
5. 排班三步曲

第四部分：处理客户异议

一、客户的声音管理

(一) 客户声音的重要性

1. 确定提供什么样的服务
2. 确定这些服务的关键特征和规格
3. 确定对何处进行集中力量改进
4. 确定客户满意度的关键驱动因素

(二) 客户声音资料收集流程

1. 确定客户并决定需要了解什么
2. 采集并分析被动系统资料,然后再利用主动方法填补空白

3. 分析数据生成用客户语言表达的需求表
4. 将客户语言转化成关键质量特性
5. 确定关键质量特性规格

(三) 客户声音管理及措施

1. 对客户问题的反应:确定级别
2. 将客户的声音转换成客户的需求
3. 将广大客户要求转换具体的关键质量特性要求
4. 确保需求的各个方面都记录下

二、客户投诉分析

1. 判断客户投诉是否成立
 - 1) 简单问题的判断
 - 2) 复杂问题的决断
 - 3) 客户问题的小心沟通
2. 为什么出现客户投诉：企业的检讨
3. 为什么出现客户投诉：消费者的简要
4. 为什么出现客户投诉：社会的原因
5. 出现客户投诉的原因
6. 投诉客户的心理状态
7. 客户投诉可能没有吗？

三、客户投诉的对接机制与流程

1. 有效的沟通手段
2. 客户所关心的产品特性
3. 客户的关注焦点
4. 关注客户的压力
 - 1) 小问题报告化
 - 2) 重要问题小组化
 - 3) 日常沟通办公自动化
5. 问题确认留记录
6. 客户投诉的原文
7. 最好有客户的文字记录
8. 回复客户
9. 回复客户的客户

第五部分：运营团队建设与管理

一、 破解城市运营中心招人难的困局

1. 人才对于城市运营中心的重要性
2. 错误的招人方法
 - ✓ 突击性招人
 - ✓ 季节性找人
3. 怎么才能招来人
4. 如何招的合适的同路人
5. 城市运营中心团队急需的三种人
6. 招来的人如何发挥作用
7. 如何洽谈薪酬
8. 留人的几种方法

9. 90后00后员工怎么管

10. 家族化企业公司化治理

二、优秀团队的打造

1. 团队建设打造优秀员工

2. 团队建设遇到的困惑

3. 什么是团队精神

4. 高效团队八种基本角色

5. 培养团队精神的四大关键

6. 培养积极的观念

7. 感恩的心态

8. 有一颗包容的心

9. 职业生涯规划