

《门店连锁高管特训营》课程教学大纲

课程名称：《门店连锁高管特训营》

课程性质：内训

教学时长：N天

多店的运营中你是否遇到如下的困扰：

- 1、 各种营销手段层出不穷对线下门店进行冲击
- 2、 过去是“买的没有卖的精”，现在是“卖的没有买的精”
- 3、 门店经常是冷冷清清顾客少、留客难
- 4、 社区营销如何将流量导入门店实现 O2O
- 5、 客户如何画像如何分类、如何满足不同需求
- 6、 门店如何借助热点事件增加人气
- 7、 门店运用的效率如何提高
- 8、 。。。。。

《多店运营和精准化管理》根据上述难题，设计课程，包括：

- 运用新零售的手法替身门店的运营与管理
- 客户进行分层、分类管理找出高端、高频客户
- 门店如何利用大数据、互联网设备进行客户分析
- 线上线下组合的促销方法
- 社区粉丝的运营吸引人气
- 客户体验营销、新的导购成交的方法

第一部分：珠宝产业的理解与运营

- 1、互联网时代营销 4P 和 4C 的变化
- 2、产品开发的“风神雅韵”
- 3、珠宝行业产品设计同质化的问题
- 4、珠宝行业产品定位与产品线规划的问题
- 5、+互联网为什么不见效
- 6、宜家+互联网给我们的启示
- 7、为什么珠宝行业 50% 的广告费都浪费了。
- 8、品牌在+互联网中的重要作用
- 10、珠宝行业形象代言人的问题
- 11、珠宝行业如何打造高端品牌形象
- 12、珠宝行业如何利用自媒体进行品牌塑造
- 13、互联网时代易于传播的事物
- 14、如何快速提升网络营销的水平
- 15、小鸟钻石营销的启示与局限
- 16、珠宝行业营销如何创新
- 17、珠宝行业 O2O 如何操作
- 18、珠宝行业场景化的营销如何操作

第二部分：如何管理和操盘区域市场

一、区域运营的总体思路

1. 做好区域市场规划与布局
2. 自己在市场的定位
3. 竞争市场分析

4. 客户分需求分析
5. 市场分析的方法及工具
6. 销量预测管理
7. 做好计划和资源调配

二、提升经营思路

1. 注意资本在市场的的作用
2. 互联网新经济的特点
3. 拓宽融资的渠道与方法
4. 整合资源的跨越发展
5. 平台化与员工的自己我管理
6. 产品线的管理与利润增长
7. 品牌打造与附加值
8. 样本市场与区域扩张

三、控制规模与发展速度

1. 管好公司的人、财、物
2. 建立必要的管理红线
3. 库存周转率与资金周转率
4. 现金为王的意识

第三部分：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

第四部分：销售团队的沟通

一、沟通的概述

1. 管理沟通的九个要素
2. 管理沟通的八大特性
3. 管理沟通的有效空间距离
4. 管理沟通的身体语言忌讳
5. 有效管理沟通的 10 条基本原则
6. 倾听的五个层次
7. “说”的技巧
8. 沟通积极的身体语言技巧
9. 如何与上级沟通
10. 如何与同事沟通
11. 与下属沟通的九大原则
12. 沟通冲突处理

二、企业外部沟通

1. 互联网时代客户的变化
2. 什么是客户满意度
3. 客户满意度的体现
4. 如何建立信任感
5. 客户沟通的 8 项内容
6. 有效接打电话的好习惯
7. 如何向客户问问题
8. 不同性格客户的沟通技巧

第五部分：销售团队的执行力

1. 团队执行力差的原因
2. 团队建设遇到的困境
3. 团队执行中的责权利
4. 建立团队执行的文化
5. 树立标杆与淘汰机制
6. 个人利益与团队利益
7. 优秀团队的再造法则
8. 一切行动听指挥
9. 优秀团员的心理素质
10. 专业大练兵
11. 案例：三湾整编
12. 案例：华为的狼性团队

第六部分：新产品推广策划的方法

- 1、产品策划的分析
 - 1) 客户群体分析
 - 2) 竞争品牌分析
 - 3) 目标市场定位
 - 4) 客户群体定位
 - 5) 促销的产品策略
 - 6) 促销的价格策略
- 2、产品推广策划的策划
- 3、产品推广策划的组织

- 4、产品推广策划的计划
- 5、产品推广策划的预算
- 6、产品推广策划的实施
- 7、产品推广策划的管控
- 8、产品推广策划的总结
- 9、工具：SWOT分析

第七部分：管理者的综合素养

一、角色定位

1. 业务高手到组织能手
2. 自我领导基础之一：领导者的心态建设
3. 自我领导基础之二：领导者的创新思维
4. 内圣外王是领导力修炼的重要路径
5. 管理者做事的：轻重缓急
6. 如何争取和利用资源
7. 管理者手中核心的三张牌
8. 常用的管理辅助工具
 - ✓ 决策树
 - ✓ 管理九方格
 - ✓ 破窗效应
 - ✓ 鲢鱼效应
 - ✓ 人效比与投入产出
 - ✓ KPI考核

二、管理和领导的七大区别

1. 管理解决技术性难题，领导解决挑战性难题
2. 管理强调方法，领导强调方向
3. 管理焦点偏向于事，领导焦点偏向于人
4. 管理激励多是经济刺激，领导激励多非经济手段
5. 管理强调控制和监督，领导强调释放和信任
6. 管理让员工服从标准，领导鼓励员工变革创新
7. 管理本质上是职级关系，领导本质上是追随关系
8. 领导力是吸引追随者主动追随的能力

三、基于价值观的领导力

1. 战略方向一体化
2. 树立主流价值观
3. 大事大非决不让步
4. 价值观领导力
5. 如何“铸魂”
6. 管理中容易忽视的人性管理
7. 思想沟通“不过夜原则”
8. 案例一：阿里巴巴价值观

四、有效授权

1. 管理中权的概念：用权、授权、越权、收权
2. 职务代理人制度
3. 储备干部制度

4. 有效授权
 - ✓ 职责描述
 - ✓ 工作分派
 - ✓ 权力分解
 - ✓ 时效
5. 哪些不可以授权
6. 工具：4D 领导力模型

五、如何激励下属

1. 员工管理与激励方式
2. 八招提升员工满意度
3. 奶爸管理、师徒关系
4. 管理学中的“情感强度”
5. 激励理论
 - ✓ 激励方法之一：认可的力量
 - ✓ 激励方法之二：信任的力量
 - ✓ 激励方法之三：梦想的力量
 - ✓ 激励方法之四：自信的力量
6. 要让员工关心公司愿景，领导者就要关心员工梦想
7. 为什么员工不思进取？
8. 案例：“支、帮、促”中成长
9. 工具：2017 年诺贝尔得主查德·赛勒：禀赋效应
10. 工具：DISC 性格测评
11. 案例：[阿里巴巴管理](#)的“三板斧”揪头发/照镜子/闻味道

六、员工的入职离职管理

1. 组织建设与成长的 3+3 模型
2. 考察人：德、能、勤、绩
3. 人才的：选、育、用、留
4. 能力素质模型
5. 招聘中常犯的错误
6. 换人的时机
7. 离职管理的重要事项
8. 员工离职的 10 大原因
 - ✓ 难易融入公司
 - ✓ 看不到前景
 - ✓ 学不到东西
 - ✓ 薪酬待遇
 - ✓ 部门内耗
8. 工具：面试的 1 问 20 答
9. 案例：研祥人员招聘的“闻其味”

七、目标管理

1. 目标管理的 PDCA
2. 目标管理的基本流程
3. 制定什么样的目标
4. 制定目标应该考虑的问题

5. 目标分解的程序和步骤
6. 长期目标与阶段性目标

八、绩效考核

1. 什么是绩效考核
2. 绩效考核的目的与意义
3. KPI 与指标提炼
4. 绩效考核对话技巧