

课题：体验经济时代的门店管理提升

授课对象：门店投资管理师

授课纲要：

一、门店经营理念篇

- 1、本课题学习的价值与障碍
- 2、门店实体经济业态的投资之惑
- 3、实体门店的成本压力与管理压力
- 4、中国经济发展的四大阶段及其特点
- 5、电商经济冲击门店经济背后的逻辑
- 6、机遇到底在哪里？
 - 6.1 大型耐用消费品产业销售方式不会被彻底互联网化
 - 6.2 与大型商业综合体与专业行业运营商抱团抗冲击，协同作战
 - 6.3 消费逐渐分流，精准定位品牌目标消费群体，硬件与软件平衡发展
 - 6.4 强化店面管理，提高员工职业化水平，并着重提升终端拦截能力

二、门店经营管理篇

- 1、耐用消费品的客户决策模型
- 2、互联网时代带来的客户思维变化
- 3、门店经营的突破途径：开源节流
- 4、如何开源：
 - 4.1 进行有效的销售组织
 - 4.1.1 销售组织的要素：人、资源、信息
 - 4.1.2 销售组织的设计原则
顾客导向原则、精简与高效原则、管理幅度合理原则、稳定而有弹性原则
 - 4.2 提升门店营销沟通效率
 - 4.2.1 客户是如何流失的
 - 4.2.2 问题到底出在哪里
 - 4.2.3 我们需要做些什么
- 5、节流
 - 5.1 全面理解成本概念
 - 5.2 向管理要成本：
了解员工的工作动力层次、分析工作低效的原因并应对
设计内部学习与竞争的机制与氛围、提升员工执行力体系
 - 5.3 用协作降成本：这不是个体作战的时代、协作带来的益处、如何继续协作互动
 - 5.4 用绩效稳成本：不同层面的考核、不同的考核策略、怎么考核才有效

三、门店经营能力篇

- 1、投资管理师角色的认知与新挑战
- 2、五力专家管门店
 - 2.1 情商专家：员工因为什么才会选择长久的合作？
 - 2.2 系统专家：思想、品牌、陈列、促销
 - 2.3 督导专家：如何实施监督和指导的职能
 - 2.4 数据专家：如何进行门店数据分析
 - 2.5 激励专家：合理的激励策略提升门店销售效能