

《构建高效招商管理的标准化运营系统》

主讲人：连锁“标杆4T”模型创始人——万新立

【学习背景】：随着到来的突发疫情，率先对整个连锁型企业造成极大的冲击不言而喻，也让广大连锁企业招商工作难度持续加大，随着疫情不断持续的有效控制，对于广大该类型企业来讲如何应对招商难度大，运营成本高的现象，生存乃至获利是摆在每个连锁招商负责人身上的重要责任！由于疫情期间经销商收入锐减，各项成本普遍上涨，其所需防疫成本持续投入等因素，且往往由于连锁性行业在此期间同行会为了生存势必招商竞争加剧，招商效益是各位招商人员首要思考的问题，其实，每次突发危机下，也是一次弯道超车时机，关键在于，必须依靠新的竞争方式而不能仅仅靠传统运营手段来获得效益。为解决当下招商的运营现实困境，改善连锁企业的利润突围困境。本课程针对店面“招商管理能力”的“四大”部分的剖析，旨在让招商管理者走出“勤劳不赚钱，努力不发展”的困境！使招商负责人抓住关键处，在后疫情期间获得稳定且持久的利润，运用“培训式的咨询”方法及“讲、练、评”教学手段，皆能起到执行落地，立竿见影的效果，从而迅速提升企业利润，实现经营业绩增长的效果。

- 【学习收获】：
- 一、掌握招商的客群定位标准化系统，清晰你的目标客户是谁；
 - 二、掌握招商的渠道构建标准化系统，实现渠道的有效开发；
 - 三、掌握招商获客孵化的标准化系统，实现客源的持续获取；
 - 四、掌握招商促客成交的标准化系统，实现源源不断引客入店；

【学习时长】：1—2天

【适合对象】：招商经理、招商总监、总经理

【课程大纲】

前言：当下连锁招商工作困顿现状解析

- 1、当下企业招商工作之殇；
- 2、招商工作标准化的意义；
- 3、标准化建设的六大误区；
- 4、标准化管理实施精要“四化三件事”

第一部分：招商管理之客群定位标准化

- 1、客群定位价值认知
 - 1) 目标客群的定义；
 - 2) 目标客群的特点；
 - 3) 目标客群的关键；
 - 4) 案例研讨：“脑白金”的目标客群到底是谁？
- 2、客群定位的核心：找到客户价值“三点”
 - 1) 客户价值“三点”说明；
 - 2) 工具之《客户价值曲线分析图》
 - 3) 案例解读：老碗会餐饮连锁公司的客群定位；
- 3、客群定位的操作程序
 - 1) 工具之《客户价值点汇总表》；
 - 2) 工具之《区域市场调研统计表》；

- 3) 工具之《目标客群定位要素表》（团体类）
- 4) 工具之《目标客群定位要素表》（个体类）
- 4、现场训练：本企业招商目标客群定位结果；

第二部分：招商管理之渠道构建标准化

- 1、渠道构建价值认知
 - 1) 渠道规划的定义；
 - 2) 渠道规划的评价标准；
 - 4) 案例研讨：“江心源”的渠道开源逆袭之路；
- 2、渠道构建的秘密：“五大关系”
 - 1) 解析渠道构建的十大构造块；
 - 2) 渠道构建设计的三大步骤；
 - 3) 案例解读：北京连通布友的独特渠道构建模式；
- 3、渠道构建的操作程序
 - 1) 工具之《区域渠道调研统计表》；
 - 2) 工具之《渠道要素评估统计汇总表》；
 - 3) 工具之《区域线下渠道要素评估表》；
 - 4) 工具之《区域线上渠道要素评估表》
 - 5) 工具之《渠道成本收益年度预结算表》
 - 6) 工具之《渠道构建效果分析报表》
- 4、现场训练：做出招商渠道构建效果分析状况；

第三部分：招商管理之获客孵化标准化

- 1、获客孵化价值认知
 - 1) 获客孵化的定义；
 - 2) 获客孵化的评价标准；
 - 3) 获客孵化的定律；
 - 4) 案例研讨：“有间厨房”科技公司的如何有效孵化目标客群；
- 2、获客孵化的要点说明：
 - 1) 获客孵化的最高境界
 - 2) 案例解读：佛山帝卡斯艺术涂料门店突围之路；
 - 3) 获客孵化的终极之路；
 - 4) 案例解读：杜师傅鱼锅“硬钢”海底捞的底气何在？；
- 3、获客孵化的操作程序
 - 1) 工具之《线上拓客物料清单》；
 - 2) 工具之《线下拓客资料清单》；
 - 3) 工具之《线索客户获客孵化预案》；
 - 4) 工具之《获客孵化行动计划表》
 - 5) 工具之《获客孵化状况汇总表》
 - 6) 工具之《获客孵化实施效果分析表》
 - 7) 工具之《获客孵化月度绩效评估表》
- 4、现场训练：做出招商工作中获客孵化效益评估状况；

第四部分：招商管理之促客成交标准化

- 1、促客成交价值认知
 - 1) 促客成交的定义；
 - 2) 促客成交的评价标准；

- 3) 案例解读：武汉佳和时代服饰的招商之法；
 - 2、促客成交的要点说明
 - 1) 促客成交的要点；
 - 2) 促客成交不为认知的秘密；
 - 3) 4) 圈养孵化终极之路；
 - 5) 1) 拓客获客不为人知的秘密；
 - 2) 案例解读：“一号站”的有效成交开创商业未来
 - 3) 促客成交的规律；
 - 3、促客成交的操作程序
 - 1) 工具之《促客成交谈判纪要》；
 - 2) 工具之《促客成交实施效果分析报表》；
 - 3) 工具之《月度促客成交状况汇总表》；
 - 4) 工具之《促客成交月（季）度绩效评估表》
 - 4、现场训练：做出招商工作中促客成交效果分析状况；
- 结尾：课程总结**
- 1、招商管理成败关键之老板四做；
 - 2、招商管理成败关键之中层四做；
 - 3、招商管理成败关键之员工四做；