

移动互联网时代营业厅业绩倍增

课程大纲

【培训课时】 3天(18小时)

【授课讲师】 吕江老师

3
天

【课程背景】

你还在用：

大量的线下广告，最多再加些 PC 互联网的广告，然后通过更多的广告宣传来刺激客户的兴趣，从而让客户记住产品，最终走进营业厅？

靠现场促销、POP 等方式刺激客户最终的购买欲望，完成一个新客户发展流程？

随着互联网的快速发展，电信运营商的客户发展与客户维系都将发生变化，与此同时，在客户销售的实际过程中也发生很多变化，顾客的信赖感建立模式、客户心理的要点及要点间的关系发生变化、客户更难跟踪、销售误区存在没有解决，而且频频出现新的问题，面向这种形势，作为销售人员要完成业绩，要适应市场的发展和客户销售行为的改变，针对性的进行销售，掌握足够的销售技巧，建立很强的销售自信，最终实现业绩的提升。

【课程目标】

- 1、了解影响销售业绩的问题
- 2、掌握建立客户信赖感的九个步骤
- 3、了解客户心理的要点及要点间的关系
- 4、掌握如何有效进行客户跟踪
- 6、熟悉客户沟通中应避免的错误及常见的销售误区
- 7、掌握如何有效客户沟通及建立良好关系
- 8、分享国内优秀运营商销售骨干人员的“销售跟随”经验，并结合自己的情况转化成工作的技能

【授课对象】

销售经理/大区经理/营运经理、正、副店长/主管/领班、门店储备人才及培养发展对象，人力资源培训经理、营运督导、企业内训师及经销商、老板等渴望提升门店经营管理水平的人士。

【课程特色】

1、课程由浅入深、采用案例分析、模拟演练、小组讨论、导师点评，实战与理论相结合，逐步引导学员改变思维、突破思维，深刻去感悟，最后改变自我的思维及行为。

2、吕老师的实战经验丰富，课程幽默风趣、通俗易懂，能快速引起学员的共鸣，课程中运用大量的教练技术，能引导学员自我思考，从而达到课程目标。

3、课程互动与实战案例多，能引导学员自我突破，自我提升。

<p>单元一、 目标与计划</p>	<p>1-1 目标抑制 1-2 高效目标分解实施模型 1-3 目标分解管理系统</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 目标分解 5 步骤 ● 梳理具体考核指标 5 流程 <p>1-4 高效目标管理方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 生命周期分析法 ● 时间序列法 ● 线性回归法 <p>1-5 计划落实管理系统</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 计划 6 种类型 ● 计划制定 5 步流程 ● 计划落实监控 5 事项 <p>1-6 高效计划落实方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 滚动计划法 ● PDCA 循环法 ● OGSM 计划模型 ● 关键路线网络图 <p>工具：SMART：工作目标确立的原则</p>	<p>3 课时</p>	<p>1、设置首要目标，是成功的第一步； 2、明确制定目标的方法； 3、有效实施目标管理。</p>
<p>单元二、 粉丝经济</p>	<p>案例分析：粉丝管理能带来多少效益</p> <p>2-1 粉丝管理对零售的意义</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 什么是粉丝 ● 粉丝的作用 <p>2-2 粉丝流失的原因分析</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 品牌粉丝现状 ● 品牌方关注度 ● 客户方的选择性 <p>2-3 粉丝营销的七大流程</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 明确实行粉丝的目标是什么 	<p>3课时</p>	<p>1、用户群体是企业发展壮大根本，为企业引流非常重要； 2、粉丝对于企业的忠诚度非常高； 3、粉丝的维护需要长期和持之以恒； 4、要与时俱进的和粉丝互动。</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ● 粉丝的目标客户群 ● 为会员选择正确的利益 ● 做好财务预算 ● 为会员构建一个沟通的平台 ● 粉丝的组织与管理 ● 数据库的建立与管理 <p>2-4 粉丝顾客的有效维护步骤</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 粉丝大数据登记表 ● 三个短信一个电话 ● 新工具的使用 		
单元三、 视觉销售法	<p>3-1 店铺重点销售区域布局及作用</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 了解店铺重点销售区域的位置及作用 ● 确定重点销售区域所放的商品性质 ● 检查陈列细节（灯光、配饰等） <p>3-2 顾客动线对销售的作用</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 什么是顾客动线 ● 如何了解顾客动线 ● 如何分析顾客动线 <p>3-3 主推陈列</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 了解商品销售情况 ● 被忽视的平销商品调整 <p>3-4 观察竞品进行差异化调整</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 风格、色彩的差异吸引 ● 突出商品的优势 <p>3-5 活动期间的陈列调整</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 分析活动内容的亮点是什么？ ● 根据内容调整活动商品的陈列位置 <p>3-6 根据天气变化及时调整</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 提前关注气温变化 ● 满足顾客突发的购物需求 	3 课时	<p>1、提升进店率和消费者逗留的时间；</p> <p>2、通过视觉，促进消费者消费；</p> <p>3、加深消费者对品牌的印象。</p>
单元四、 用好团队	<p>4-1 组建团队</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 群体不等于团队 ● 团队成员的分工 ● 团队成员的协作 ● 团队的行为曲线 	3 课时	<p>1. 有意愿缺乏能力的政策；</p> <p>2. 没有能力也没有意愿的政策；</p> <p>3. 有一定能力但有很强意愿的政策；</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ● 团队 4 种基本类型 <p>4-2 提高绩效</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 个人绩效及提升 ● 团队绩效及提升 ● 组织绩效及提升 ● 整体绩效循环模式 <p>4-3 打造高绩效团队</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 高绩效团队五大表征 ● 高绩效团队四大类型 ● 高绩效团队 8 种角色 ● 团队绩效提高 17 大关键点 <p>4-4 无缝沟通管理系统</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 团队沟通 3 层面 ● 沟通回应 4 风格 ● 团队沟通 5 有效 ● 有效倾听 5 层次 ● 积极倾听 7 部位 ● 团队沟通 6 步骤 <p>4-5 如何运用沟通的三种表达语言</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 文字语言 ● 声音语言 ● 肢体语言 <p>4-6 适时激励管理系统</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 激励理论 5 模型 ● 激励管理 5 原则 ● 物质激励与精神激励 		<p>4. 有能力但意愿懈怠的政策；</p> <p>5. 针对你的团队的实际，制定员工的使用策略。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 青年：有意识扶植后备队； 2. 中年：尽快承担责任、加强能力的深度，推动老人持续进步； 3. 老人：保持学习和成长热； 4. 结合工作分配来发展团队； 5. 针对团队的实际，制定队伍发展规； 6. 针对各个员工制定发展计划（行动）。
<p>单元五、 问题分析技巧</p>	<p>5-1 类别分析法</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 进店率 ● 成交率 ● 成交客数 ● 购买件数 ● 平均单价 <p>5-2 影响店铺的销售实现的因素分析</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 客流量 ● 员工销售意识与能力 	<p>3 课时</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1、从店铺整体来分析； 2、从类别进行分析； 3、通过各项分析，找出具体问题，提升销售业绩和利润。

	<ul style="list-style-type: none"> ● 商品构成与适销性 ● 店铺运营与工作分配 ● 提升重复购买 ● 提升连带销售 <p>5-3 店铺销售健康指标的构成与分析方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 目标达成率、累计销售进度 ● 同比增长率、环比增长率 ● 客单价、连带率 ● 人效、平效、商品存销比 ● 会员数量、会员重复购买率 <p>5-4 产品企划</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 市场预测：PEST 工具 ● 产品分析：SCQD 工具 ● 商品组合：产品生命周期工具 <p>5-5 根据门店数据分析，有效进行货品调整，降低库存</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 总销售额 ● 同比 ● 售罄率 ● 周转率 ● 牛鞭效应 		
<p>单元六、 教练技巧</p>	<p>6-1 了解学员</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 成人学习的特性 A-I-A-R-P ● 成人学员喜欢的课堂气氛 <p>6-2 教练技术管理系统</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 教练下属 3 个必需 ● 日常教练 5 个重点 ● 现代教练五大步骤 <p>6-3 现代教练辅导方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 绩效水平与培训需求 4 维矩阵 ● 走动式管理 MBWA ● 系统思考方法 <p>6-4 教练辅导的主要技术</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 倾听 ● 提问 	<p>3 课时</p>	<p>1、打造团队，培养人才梯队； 2、成人学习培训以落地为主； 3、教练技术适合人数较少； 4、教练技术的方法和步骤。</p>

	<ul style="list-style-type: none">● 好奇心● 处身现在● 教练的自我管理 工具：新人培训跟进表		
--	---	--	--