

目标导向的店长管理技能提升

【课程背景】

打从 80 年代改革开放到现在，中国的零售市场的发展，态势良好，销售渠道也日趋完善，中国零售业的业绩跻身世界前三。

但是，目前的中国零售市场，我们面临的情况是：

- 一、品牌众多，竞争激烈
- 二、电商对于实体店的冲击
- 三、经营成本的增加
- 四、促销活动频繁
- 五、利润薄弱
- 六、消费者消费意识的转变

在这样的情况下，店长要具备什么样的能力，来经营好店铺呢？

众所周知，店长是一个店铺的灵魂，一个骁勇善战的店长，对店铺的业绩起着重要作用。

但是，在竞争白热化的市场环境下，仅靠店长一个人的力量，就可以了吗？店长如何带好团队，发挥团队的力量，来取得胜利呢？

本课程将围绕零售终端的综合管理，对参训学员进行全方位的专业培训，打造零售终端的核心竞争力，最终目的是提高终端的销售业绩。

【课程目标】

- 一、提升计划和策划的能力
- 二、通过各个方面关键知识的学习，学会提升销售业绩的有效方法
- 三、全面提高店铺营运的综合管理能力

【授课方式】 实例讲解、头脑风暴、案例研讨、小组讨论、角色扮演

【培训课时】 2 天(6 小时/天)

【课程大纲】

第一讲、目标与计划

一、目标设置

- 1、目标抑制
- 2、高效目标分解实施模型
- 3、目标分解管理系统

目标分解 5 步骤

梳理具体考核指标 5 流程

二、计划落实管理系统

- 1、计划制定 5 步流程
- 2、计划落实监控 5 事项
- 3、PDCA 循环法

三、店铺会议

- 1、鼓舞士气
- 2、工作安排
- 3、检查结果

工具：店铺日志

第二讲、团队塑造

一、明晰权责

- 1、岗位职责
- 2、工作流程化
- 3、制度明确化

二、人员培养

- 1、DISC 分析
- 2、培训跟进表
- 3、教练式带教

三、高效沟通技巧

- 1、沟通对象分析：DISC 分析
- 2、选择恰当的沟通时间
- 3、沟通方式的设计

四、善于聆听

- 1、有效倾听 5 层次
- 2、积极倾听 7 部位

五、如何运用沟通的三种表达语言

- 1、文字语言
- 2、声音语言
- 3、肢体语言

六、人员激励

- 1、内在激励
- 2、外在激励
- 3、需求激励

第三讲、问题分析技巧

一、类别分析法

- 1、进店率
- 2、成交率
- 3、成交客数
- 4、购买件数
- 5、平均单价

二、影响店铺的销售实现的因素分析

- 1、客流量
- 2、员工销售意识与能力
- 3、商品构成与适销性
- 4、店铺运营与工作分配
- 5、提升重复购买
- 6、提升连带销售

三、店铺销售健康指标的构成与分析方法

- 1、目标达成率、累计销售进度
- 2、同比增长率、环比增长率
- 3、客单价、连带率
- 4、人效、平效、商品存销比

5、会员数量、会员重复购买率

第四讲、粉丝经济

案例分析：粉丝管理能带来多少效益

一、粉丝管理对零售的意义

1、什么是粉丝

2、粉丝的作用

二、粉丝流失的原因分析

1、品牌粉丝现状

2、品牌方关注度

3、客户方的选择性

三、粉丝营销的七大流程

1、明确实行粉丝的目标是什么

2、粉丝的目标客户群

3、为会员选择正确的利益

4、做好财务预算

5、为会员构建一个沟通的平台

6、粉丝的组织与管理

7、数据库的建立与管理

四、粉丝顾客的有效维护步骤

1、吸粉三招

2、分析与记录

3、线上线下联动维护

第五讲、商品管理

一、产品企划

1、市场预测：PEST 工具

2、产品分析：SCQD 工具

3、商品组合：产品生命周期工具

二、商品分析与调控

1、总销售额

2、同比

3、售罄率

4、周转率

5、牛鞭效应

三、促销---拒绝廉价

1、新品上市

2、滞销品促销

3、转季酬宾

4、节日活动

第六讲、陈列---无言的销售

一、店铺重点销售区域布局及作用

1、了解店铺重点销售区域的位置及作用

- 2、确定重点销售区域所放的商品性质
- 3、检查陈列细节（灯光、配饰等）

二、顾客动线对销售的作用

- 1、什么是顾客动线
- 2、如何了解顾客动线
- 3、如何分析顾客动线

三、主推陈列

- 1、了解商品销售情况
- 2、被忽视的平销商品调整

四、陈列调整与变化

- 1、观察竞品进行差异化调整
- 2、活动期间的陈列调整
- 3、根据天气变化及时调整
- 4、满足顾客突发的购物需求

五、促销陈列

- 1、量感陈列
- 2、丰满陈列