

# 实战全能店长管理技能提升课程

## 【课程背景】

“生意难做啊”、“世道不好”、“竞争太大”、“招人难”在硝烟弥漫的零售市场里，我们经常听到老板们痛呼：“千军易找，一将难求”

- 1、竞争加剧，您的店长准备好了吗？您是称职的店长吗？
- 2、称职的店长是赢得专卖店业绩提升的致胜法宝！
- 3、称职的店长不仅是自己做销售，而是为老板带出一支卓越的店铺队伍！
- 3、称职的店长用心管理专卖店，令老板省心、省时、省力又赚钱！
- 4、称职的店长让老板摆脱“分店易开、店长难求”的痛苦局面！
- 5、称职的店长管人、管货、管运营、即抓店铺又抓业绩！
- 6、店长是启动终端财富的灵魂人物，值得您去培养！

## 【课程目地】

- 1、找准店长的角色定位，对店铺进行销售精细化管控
- 2、掌握业绩监控技术，对门店业绩诊断与分析
- 3、掌握促销与巡店技能，提升沟通协调技巧
- 4、现场培训的战略战术，绩效评估与快速复制人才
- 5、具备运营规划能力，精通业绩提升的关键指标
- 6、品牌型企业管理模式的操作模式和管理模式的实际应用

## 【授课方式】

教授法、研讨课、直观演示、案例教学、角色扮演

## 【培训对象】：

门店店长、销售主管、零售经理

## 【课程课时】

3天（6小时/天）

## 【课程大纲】

### 第一天：

#### 第一章、目标分解系统、方法、操练

##### 一、目标分解与高绩效

- 1、目标分解实现高绩效
- 2、高效目标分解实施模型
- 3、目标管理 SMART 原则

##### 二、目标分解管理系统

- 1、战略目标体系分解 5 步骤
- 2、年度战略地图绘制 4 方面
- 3、梳理具体考核指标 5 流程

##### 三、高效目标管理方法

- 1、生命周期分析法
- 2、时间序列法
- 3、线性回归法

##### 四、目标落实管理系统

- 1、目标制定 5 步流程

2、目标落实监控 5 事项

3、PDCA 法

落地工具：《目标管理闯关榜》

落地工具：《员工每日业绩奖励英雄榜》

落地工具：《目标动态跟踪表》

## 第二章、店长心态修炼

### 一、老板的心态管理门店

1、店长要有坚定的目标和信念

2、碰到困难有问题分析更有解决方案

3、职业 VS 事业

4、店长职业生涯规划

案例研讨：卖鞋的故事

### 二、积极乐观的心态

1、保持喜悦心，把微笑挂在脸上

2、发出抱怨前，先想想同样条件下优秀者是如何做到的

3、问题是让英才来解决，让庸才来抱怨的

4、心态调整方法——信念换框

视频欣赏：可爱的跳跳羊

### 三、主动学习的心态

1、改变很痛苦，但不改变只能“等死”

2、你可以不学习，但是你的竞争对手在学习

3、学习最快的方法：向成功者学习，向你的对手学习！

4、互联网时代，唯一不变的就是变

5、拥抱新鲜事物，学会跨界和整合

### 四、感恩和包容的心态

1、起心动念利他，一切方法自来

2、感恩和珍惜生命的际遇

3、站在对方的立场换位思考

4、找到幸福的源泉

### 五、分享和共赢的心态

1、没有完美的个人，只有完美的团队

2、懂得分享的团队是成长最快的团队

3、相互协作，营造良好的团队氛围

4、激发导购销售潜力，形成良性竞争

团队视频：方程式赛车

## 第三章、团队沟通技巧

### 一、团队沟通概念

### 二、团队沟通的类型与障碍

1、团队沟通方式

2、团队沟通模式

3、团队沟通障碍

### 三、团队有效沟通的技巧

★站在别人的角度思考

- 1、游戏：雪花片片
- 2、全员参与
- 3、学员分享体验

**四、沟通三个感知**

- 1、视觉
- 2、听觉
- 3、触觉

**五、沟通表达**

如何运用沟通的三种表达语言

- 1、文字语言

声音语言

- 3、肢体语言 □

语言表达训练

- 1、游戏：依葫芦画瓢
- 2、全员参与
- 3、学员分享体验

**第二天：**

**第四章、门店员工管理**

**一、人员招聘**

1. 终端导购流失的原因分析
2. 什么是员工心目中的好公司？
3. 如何招到优秀员工？——根据需求设计问题
4. 用人之道：把合适的人放在合适的位置

**二、人员的四种性格类型分析**

- 1、D型
- 2、I型
- 3、S型
- 4、C型

**三、岗位与职责**

- 1、工作职责
- 2、员工手册
- 3、晋升通路完善
- 4、薪酬待遇

**四、人员培训**

- 1、新人入职培训
- 2、正式员工胜任力培训
- 3、职务轮换法

工具：新人培训跟进表

**五、员工管理标准化**

- 1、工作直方图
- 2、工作带教表
- 3、工作制度化

#### 4、排班优化

案例：清扫工作

落地工具：《新员工入职培训跟进表》

### 六、认识激励

1、激励的内涵与作用

2、需要与激励

### 七、内容型激励理论

1、马斯洛需要层次理论

2、赫茨伯格的双因素理论

### 八、过程型激励理论

1、期望理论

2、公平理论

3、目标设置理论

### 九、激励理论的应用

1、目标管理

2、工作设计

3、员工参与

第三天：

### 第五章，店铺数据分析

一、数字是店铺的温度计-快速诊断店铺问题的关键

二、店铺销售健康指标的构成与分析方法

1、目标达成率

2、同比增长率

3、环比增长率

4、客单价

5、连带率

6、人效

7、平效、

8、回头率

三、商品分析

1、商品存销比

2、售罄率

3、SKU

4、安全库存

落地工具：《业绩分析导图》

落地工具：《每日销售报表》

落地工具：《畅滞销货品分析表》

### 四、例会管理

1. 每日例会的意义是什么

2. 高效例会流程

落地工具：《店铺例会记录》

现场演练：高效门店例会流程

## **第六章、客户维护思路与步骤**

### **一、满意是客户关系的基础**

- 1、影响客户对关系评价的四个要素
- 2、让客户从正面角度感受到的服务
- 3、降低客户期望与提升感知的方法

落地工具：《客户关系测评坐标图》

### **二、营造忠诚的客户关系**

- 1、再次销售与口碑传播的前提
- 2、不满是赢得忠诚的最好机会
- 3、用承诺有效赢得客户信任
- 4、触动情感是最核心的客户关系
- 5、赢得客户感动的四要素

### **三、客户忠诚计划实操技巧**

- 1、与客户期望匹配的管理思路
- 2、首先要服务好基础性的客户
- 3、会员积分计划带来的利与弊
- 4、信息收集实施未来需求预测
- 5、积极建立与实施数据库营销
- 6、不同需求客户分级管理策略
- 7、会员俱乐部建立客户归属感

### **四、客户维护的步骤**

- 1、流程化
- 2、数据库管理
- 3、《三个短信一个电话》