

移动互联网时代营业厅业绩倍增

【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。

【培训课时】 3天(6小时/天)

【授课讲师】 吕江老师

【课程大纲】

单元一、目标与计划

一、目标抑制

二、高效目标分解实施模型

三、目标分解管理系统

- 1、目标分解 5 步骤
- 2、梳理具体考核指标 5 流程

四、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

五、计划落实管理系统

- 1、计划 6 种类型
- 2、计划制定 5 步流程
- 3、计划落实监控 5 事项

六、高效计划落实方法

- 1、滚动计划法
- 2、PDCA 循环法
- 3、OGSM 计划模型
- 4、关键路线网络图

工具：SMART：工作目标确立的原则

单元二、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

1) 品牌方关注度

2) 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、粉丝大数据登记表

2、三个短信一个电话

新工具的使用

单元三、视觉销售法

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、观察竞品进行差异化调整

- 1、风格、色彩的差异吸引
- 2、突出商品的优势

五、活动期间的陈列调整

- 1、分析活动内容的亮点是什么？
- 2、根据内容调整活动商品的陈列位置

六、根据天气变化及时调整

- 1、提前关注气温变化
- 2、满足顾客突发的购物需求

单元四、用好团队

一、组建团队

- 1、群体不等于团队
- 2、团队成员的分工
- 3、团队成员的协作
- 4、团队的行为曲线
- 5、团队 4 种基本类型

二、提高绩效

- 1、个人绩效及提升
- 2、团队绩效及提升
- 3、组织绩效及提升
- 4、整体绩效循环模式

三、打造高绩效团队

- 1、高绩效团队五大表征
- 2、高绩效团队四大类型

3、高绩效团队 8 种角色

4、团队绩效提高 17 大关键点

四、无缝沟通管理系统

1、团队沟通 3 层面

2、沟通回应 4 风格

3、团队沟通 5 有效

4、有效倾听 5 层次

5、积极倾听 7 部位

6、团队沟通 6 步骤

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、适时激励管理系统

1、激励理论 5 模型

2、激励管理 5 原则

3、物质激励与精神激励

单元五、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

四、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

五、根据门店数据分析，有效进行货品调整，降低库存

- 1、总销售额
- 2、同比
- 3、售罄率
- 4、周转率
- 5、牛鞭效应

单元六、教练技巧

一、了解学员

- 1、成人学习的特性 A-I-A-R-P
- 2、成人学员喜欢的课堂气氛

二、教练技术管理系统

- 1、教练下属 3 个必需
- 2、日常教练 5 个重点
- 3、现代教练五大步骤

三、现代教练辅导方法

1、绩效水平与培训需求 4 维矩阵

2、走动式管理 MBWA

3、系统思考方法

四、教练辅导的主要技术

1、倾听

2、提问

3、好奇心

4、处身现在

5、教练的自我管理

工具：新人培训跟进表