

# 《重点门店提升与维护》

主讲：王刚

## 【课程收益】

1. 学会辨别哪些是需要重点关注的门店
2. 了解如何做门店经销商管理和维护
3. 知道如何运用新零售、市场动销、会员营销手段促进门店销量提升
4. 能通过建立有效的体系和指标，监控和评估门店的销售趋势和业绩

【课程对象】区域经理、业务经理等

【课程时间】1天（6小时/天）

## 【课程大纲】

- 一、识别重点门店
  1. 重点门店的关键指标
  2. 重点门店的打造与维护
- 二、建立店内绩效系统
  1. 确定基本信息
  2. 建立客户目录
  3. 报表号码及分发
  4. 设计及制定调查表
- 三、深耕门店拜访
  1. 制定每周拜访计划

- 课堂练习：填写拜访目的

  2. 制定拜访计划的基本规则
- 四、门店核查与销量提升
  1. 六项店内绩效核查（品类、位置、陈列、价格、库存、活动）
  2. 品类管理
    - 1) 品类的定义
    - 2) 品类角色的定位
    - 3) 品类评估表
    - 4) 品类管理的战略&战术

- 工具：产品管理报表

  3. 位置管理
    - 1) 商品摆放在哪里？
    - 2) 还能摆放在哪里？
    - 3) 挨着谁摆放？
    - 4) 商品布局的原则
  4. 陈列管理
    - 1) 陈列原则
    - 2) 现有的陈列要求
    - 3) 最佳陈列方式的选择
    - 4) 陈列点、陈列率

- 5) 陈列趋势
- 工具：陈列管理报表
- 5. 价格管理
  - 1) 店内价格检查
  - 2) 毛利率
- 6. 库存管理
  - 1) 库存与经销商业绩关系
  - 2) 库存与帐期管理关系
  - 3) 库存在生意考评中的作用
- 7. 促销与活动策划
  - 1) 促销四步曲
  - 2) 引人入胜的活动设计及实施
- 工具：市场推广报表

## 五、新零售营销

- 1. 社群私域营销
- 2. 精准会员营销

## 六、经销商的维护

- 1. 经销商的考核
- 2. 经销商的培训
- 3. 经销商的激励