

# 《卓越门店经营魔方》

主讲：王刚

## 【课程背景】

一个终端门店就像一家企业，麻雀虽小五脏俱全。它应该有自己清晰的经营战略，吸引人才的文化底蕴，以客户为导向的价值链流程，高效的对人对事的管理。而现实中，绝大部分门店功能残缺不齐，或是偏重经营，或是只重管理，导致无法取得销售额、利润、客户满意度、员工满意度的多赢局面。

本课程以“魔方”作为门店发展的模型，涵盖了经营管理的八大方面，便于学员记忆，也形象地演绎出生意持续发展的千变万化。

## 【课程收益】

1. 了解影响门店永续成功经营的因素，引发学员思考自身门店的问题；
2. 学习门店经营管理的八大模块，用系统思维看待和运营门店。

## 【课程特色】



我们将门店比喻成“魔方”，魔方的无穷无尽变化正对应着门店日常复杂的管理，卓越门店的经营魔方包括八个要素。最上层“好战略”、“好文化”、“好管理”是制度层面的要素，是一个好门店的竞争内核和灵魂，两翼的“好引流”、“好陈列”是物质层面的要素，是吸引顾客愿意了解门店，走进门店的关键因素；中下方的“好体验”、“好服务”是精神层面的要素，也是销售技巧之外，打动顾客的场外功夫，最底下是结果，做销售要的就是把东西卖出去，“好成交”就是完成这个过程的最后一击。

【课程对象】 大区经理、经销商、店长、储备店长等

**【课程时间】** 1天（6小时/天）

## **【课程大纲】**

引子：

- 课程讨论：门店永续经营的要诀是什么？

### **模块一、好战略**

#### 一、门店战略梳理

1. 战略目标
2. 门店定位
3. 运营策略与计划
4. 与企业战略的关系

二、团队共创：我们门店的战略是什么？

### **模块二、好文化**

一、文化即业务，业务即文化

二、如何打造“以顾客为中心”的文化

- 案例：著名厨电头部企业 FT 集团终端业务文化分享（该企业文化获 23 年两会报道）

### **模块三、好管理**

#### 一、目标管理

1. 目标管理的起源
2. 门店销售目标的形成

#### 二、商品管理

1. 合理规划产品结构实现集团军作战
2. 产品规划的主要方式

#### 三、流程管理

1. 从结果管理走向过程管理
2. 日常管理的 27 项工作

#### 四、人事管理

1. 销售铁军团队的打造（选、用、育、留）
2. 制度建设：薪酬、考核、激励
3. 日常管理：晨夕两会、走动巡查、日志管理、数据分析及复盘

- 案例：如何管理新生代员工

#### 模块四、好引流

一、精准引流是好生意的开始

二、门店引流的方法

1. 自然进店

- 1) 硬件氛围的构建（灯光、音乐、色彩）
- 2) 如何发挥不同门店的优势

2. 户外引流

- 1) 促销活动（策划、实施、复盘）
- 2) 精准集客

- 好地点的选择
- 好方案的设计
- 好产品的介绍

- 案例：小区前置引流方案分享

3. 私域引流

- 直播间：一个优秀的导购员一定是一个合格的网红
- 做微商：朋友圈营销放大招
- 社群营销：从种草到转粉

#### 模块五、好陈列

一、现有的陈列要求

二、优化陈列管理

三、产品陈列原则

1. 视觉路线
2. 套系搭配
3. 垂直陈列

四、最佳陈列方式的选择

#### 模块六、好体验

一、客户满意度

- 客户满意与客户忠诚的关系
- 客户满意的公式：客户满意 = 客户实际感受 - 客户期望值

二、规范的经验——诚意满满的客诉处理

- 三、专业的体验——职场商务礼仪
- 四、增值的体验——平凡之外的惊喜
- 五、个性化的体验——一见“清”心的客户心理学

#### **模块七、好服务**

- 一、售中服务
- 二、售后服务
- 三、延展服务
- 四、客户转介绍
  - 1. 转介绍的两大难点——获得顾客信任 & 名单转变为客户
  - 2. 做好转介绍的四个注意事项
- 五、投诉处理

#### **模块八、好成交**

- 一、促单的时机
- 二、顾客购买意向的积极讯号
- 三、促成的五种方法
  - 1. 直接法
  - 2. 总结利益法
  - 3. 美景描述法
  - 4. 假定成交法
  - 5. 选择法
- 案例：老太太买苹果