

《连锁门店增长策略分析与业绩提升务实》

主讲：韩亮老师

【课程背景】

连锁门店业绩增长，是每个企业高度且持续关注的问题。但在实际经营过程中通常存在如下问题：

- 1、移动互联网时代，门店客源锐减，如何多渠道抢客
- 2、渴望业绩增长，但店长难以找到增长策略与方法论
- 3、现场人货场问题多，店长不会分析与梳理。如何提升店长解决业绩问题的能力
- 4、市场活动总部设计不精准，门店设计风险高，如何平衡
- 5、店面人员更迭快，店长如何高效训练执行铁军

究其原因，核心是缺乏经营分析，暂时没有找到各店的增长策略。寄希望于一剂灵丹妙药解决增长问题。反而忽略连锁门店的实际特征，各门店的位置差异、商圈差异、业态差异、客户群差异等。“千店千面、千店千策”是未来连锁经营的基本走向。如何精准分析增长策略，如何设计营销方案，如何使用落地工具，如何调动员工积极性形成合力助力成长？

如何实现以上突破实现业绩增长，韩老师将带领大家在课程中精准剖析，实战落地。

【课程特色】

百家连锁企业辅导老师实战分享，多门店案例、多落地方法。

【课程对象】

企业负责人、运营经理、区域经理、区域督导、门店店长

【课程时间】

1-2天，6小时/天（课程标准版2天）

【课程大纲】

一、连锁门店业绩提升需要解决的关键问题

1、连锁门店管理问题分析

- 王牌店与王牌店长
- 门店业绩持续增长的障碍因素
- 店铺业绩持续增长的三好模型（好策略、好执行、好产品）

案例：店长的年终总结与来年工作规划会

工具：业绩增长三角模型

互动：店长工作带入分析

2、连锁门店业绩增长梳理分析

- 感觉管理到数据管理的思维转变
- 门店增长如何找方向、定思路、想办法

➤ 结论：门店业绩五部曲：停住脚、走进来、去感受、促成交、增粘性

案例：店铺/生活，数据分析案例、好利来等

工具：增长策略选定评估表

互动：生活与工作中的数据应用

二、内卷时代，门店客源少了如何解决流量问题？

1、传统门店如何与多媒体工作相结合获取流量

- 品牌分析与目标客户画像
- 公域渠道的选择与投放
- 人人都是网红矩阵打造

案例：小公主

2、店铺流量的私域转化

- 如何让客户停住脚
- 如何让客户走近来
- 如何让客户去体验
- 怎么让客户加私域（微信、群）
- 发什么内容有效果，不反感？

案例：袁记云饺、连锁获客实操案例

工具：客户进店五感设计模型

互动：在生活中您会存留什么样的销售微信（群）

三、店铺如何实现高客单？

1、基于客户延申需求的多买思维与落地实操

- 什么是客户的延申需求
- 行业顾客延申需求分析与实操设计
- 让客户情不自禁购买的小设计
- 成交的高情商话术体系打造

案例：苹果、华为、共享单车

工具：延申需求分析工具表

互动：顾客延申分析现场实操

四、如何实现客户的高粘性、高回头率？

1、客户为什么还会再来？

- 超预期的体验

- 偏袒的会员服务
- 想得到、怕失去价值的吸引

2、优秀会员体系的设计案例分享

- 某连锁酒店的会员体系案例分享
- 某咖啡连锁品牌的会员体系案例分享
- 会员体系建立的七步四设计

案例：某连锁酒店、某连锁咖啡

工具：BLM 方法论之战略执行

五、如何设计店面活动促动业绩增长

1、单店活动设计的流程与避坑指南

- 店面活动设计的十部流程法
- 活动目的的梳理
- 活动效果预测与投入评估

2、活动执行落地与评估复盘

- 活动执行分工的 WBS
- 店面氛围打造与活动配合
- 活动数据盘点与复盘

案例：美团、饿了么、婚礼流程 WBS

工具：活动申请表、复盘评估表、执行流程 WBS

互动：各店的促销方向（目的）分析与梳理

六、互动交流