

本课纲以“连带销售心态、思维结构、连带销售 789 技术和行动方案、连带机制”为核心授课点

《连带技术 大单销售》

时间：1 天 讲师：柳叶雄老师

一、课程背景

在客流逐渐分散的时代、顾客选择的渠道增加了、线上线下各种服务方式也千店千面，顾客从原来的货比三家到现在的货比千万家。每家门店都打出独有的特色，而在互联网的时代，特色仅仅成为门店的标配之一。门店做活动做促销，花样推陈出新，可是效果越来越差，门店的销售额逐渐下滑，利润逐渐降低。顾客的忠诚度逐渐降低、信任度缺乏，而很多门店会员管理系统依旧“过去式”，缺乏有温度有情感有差异化的会员管理，导致门店会员停滞不前。柳叶雄老师实体店面临“客流少、进店少、成交少；客单低、复购低、利率低；模式难、管理难、经营难；库存大、成本大、竞争大”这样的“3 少 3 低 3 难 3 大”的瓶颈，那么该如何突围呢？

门店的业绩公式 = 进店数 × 成交率 × 客单价；而三个指标中影响客单价的核心指标又是“件单价和连带率”；那么影响连带率的核心要项是哪些呢？通过柳叶雄老师实操总结而来，我们认为“连带的销售心态、产品结构、活动策略、连带销售技术、激励政策”是提高连带率的核心要素。为此本课程将以核心要素为纲要，训练学员的“心态与技术”，从而提高连带率，进而提高客单价和门店的销售额。

二、课程目的

- 1、**连带销售心态**：引导学员拥有连带意识、主动意识、连带观念以及连带思维结构
- 2、**销售原理**：引导学员清晰销售的原理，从而为掌握连带销售技术打下坚实的基础
- 3、**连带销售技术**：引导学员掌握连带销售的（789 技术）9 大时机、8 大方法、7 个要点
- 4、**连带机制**：指导管理者制定引爆员工提升连带率的激励机制，刺激员工连带销售，倍增业绩
- 5、**大单销售**：通过连带率的提高以及指导学员敢于销售高价位（件单价）的产品，从而大单销售



助力目标实现



柳叶雄老师

三、课程时间与对象

授课时间

1天 202_年 月 日

培训对象



店长、导购

四、授课方式



· 讲授
· 互动体验

· 小组练习
· 小组讨论

· 角色扮演
· 案例分析

· 启发互动式教学
· 作业辅导式落地

五、课程大纲

第1讲：销售心态（六大心态破层销售）

一、自信的心态

互动体验：如何卖高价位的商品（敬请公司提前在课堂中准备5款不同价位的商品）

二、学习的心态

互动体验：如何做连带销售

互动体验：产品的卖点

（请公司提前准备几款商品，提前把该商品的亮点发给老师，便于课程互动）

三、付出的心态

互动体验：你为顾客无私付出过哪些？

四、主动的心态

互动体验：迎接顾客和挖掘顾客需求

互动研讨：给顾客展示的件数 VS 商品库存量（断码） VS 非销话术

五、焦点心态

案例研讨：业绩不好，天气不好、隔壁促销等

六、成长与破层心态

互动体验：给顾客增值服务与产品连带搭配

备注：第一讲通过互动+案例研讨+技术讲解的方式，让学员快速融入课程、打开心扉，通过日常问题强化“销售技能、销售技巧”以及“心态与观念”的重要性，从而达到课程快速破冰与销售技术和心态的结合培训目的。

第2讲：连带大单销售技术

一、大单销售基础指标与概念

思维导向 1：件单价 VS 连带率

技术导向 1：件单价计算公式 VS 对应的核心要项

技术导向 2：连带率计算公式 VS 对应的核心要项

二、连带率相关计算说明

三、连带意识测试

四、提升连带销售的 9 大时机 (9 个行动节点)

- 1、迎宾时创造意识 (诚意、创意、情意)
- 2、产品介绍时 (专业、系列、同类款)
- 3、产品搭配时 (专业、内外、系列、多搭多)
- 4、产品体验时 (试穿、触感)
- 5、顾客秀美时 (试衣镜多套商品、专业顾问)
- 6、顾客询问活动时 (计算精准、简单易懂、利他)
- 7、确定成交时 (附加销售、充卡)
- 8、顾客等待时 (改裤脚 寒暄 推荐体验)
- 9、送客时 (创造给顾客意外惊喜 铺垫复购连带销售)

五、连带销售中注意的 7 个要点

备注：落地作业

- 1、写出人生的“五大目标”
- 2、承诺书“针对月度、季度连带率的承诺书”
- 3、拟定门店连带 PK 奖惩机制
- 4、针对新款或主推款，拟定连带搭配商品的“FABE”话术
- 5、拟定赞美新老客户的语言
- 6、店长组织店员按连带销售的 9 大时机进行日常训练
- 7、群分享：每 2 日，各店必须分享 1 个大单和连带的案例 + 商品搭配 FABE 的话术 (见模板)