

《年关冲刺 飙升业绩》

疫情反反复复，门店雪上加霜
年关业绩冲刺，机会必须把握

年关业绩冲刺的苦恼

1、年关黄金时间，商家各

2 各商家都想飙升业绩，可市场容量就这么大，怎么做呢

常态化反反复复，实体店年关布局和预案如何做呢

制定年关目标？目标如何实现呢？

年年定，年年不达标；口号日日喊，责任无人担；

5、年段时段，如何布局规划门店的活动方案、毛利率呢

6、如何在常态化的疫情下，提高客流呢？

7、如何规划业绩达标攻略呢？

永远留给有准备的人，唯有提前布局年关业绩冲刺，制定行动方案以及预案，才有机会在年关旺季中打赢今年的最后一场战斗。



柳叶雄老师



年关业绩达标攻略 助您一臂之力

一、课程收益

1、**系统**：建立年关目标、机制动力管控系统

2、**流程**：掌握年关业绩冲刺的目标、货品、团队、机会、流量、启动会等流程

3、**方法**：掌握业绩达标的核心方法、激励机制、监测及预案的应用，促进冲刺目标的达成率

4、**工具**：现学现用年关冲刺的使用工具，运用工具倍增业绩

二、一般企业通用的年关冲刺 VS 达标方案年关冲刺

区别	一般企业通用的 年关冲刺	达标动力系统 年关冲刺 (柳叶雄独创)
目标	自上而下的目标 命令式制定	自下而上的目标 审核式制定

口号	注重启动大会、誓师大会的口号	注重造势和门店现场的文化与口号
战斗核心	领导下任务，门店团队执行	高层做布局、中层做方法、基层做执行
激励机制	有奖无罚、有奖有罚	以个人承诺和团队承诺激励为导向
结果	达标有奖，未达标不了了之	达标有奖，未达标问责与改善

三、课程四大模块 助力目标达成

年关目标

年关机制

年关达标策略

年关爆销



四、课程对象与时间

1、课程对象：零售商老板、零售经理、督导、店长

2、课程时间：2天1夜

五、课程大纲

第1讲：年关业绩冲刺痛点解析

一、市场分析

线上 + 线下同质化活动 + 疫情常态化 + 渠道分流 + 客群分流

二、流量痛点

- 1、入口流量单一
- 2、私域流量转化率越来越难
- 3、公域流量难上加难

三、团队与机制痛点

- 1、人少事多
- 2、激励机制与利润的比例

四、业绩痛点

- 1、关键指标难以提升
- 2、业绩目标达成率偏低

第2讲：年关达标——目标方案

一、目标制定的三个维度

二、业绩目标时间进度规划

三、业绩目标分解规划

- 1、时间节点规划
- 2、人员目标指标
- 3、商品件数的规划

四、各月份核心活动目标的制定

第3讲：年关机制——激励机制

一、费用预算机制（工具表：费用预算表）

二、以结果为导向的激励机制

- 1、销售达标奖（团队与个人奖励）
 - 2、销售超标奖（团队与个人奖励）

三、以过程为导向的激励机制

- 1、业绩对赌奖
- 2、PK奖励（不同对象、层级的PK）
- 3、单品奖

-
- 4、销冠奖、连带奖等

四、卖场日常小激励的技术应用

- 1、红包激励的应用
- 2、三种文化激励技术应用
- 3、4种日激励助力年关旺销

五、奖惩激励技术的应用

- 1、物质奖惩激励技术的应用
- 2、非物质奖惩技术的应用

六、PK与对赌激励技术的应用

- 1、PK与对赌的根本区别
- 2、PK与对赌激励技术的应用

七、承诺激励技术的应用

- 1、承诺的力量
- 2、承诺技术的应用

第4讲：年关达标策略——布局方案

一、货品布局

- 1、总量与预估安全库存量
- 2、货品结构护航连带率
- 3、品类目标分解与促销品的布局

二、团队人员布局

- 1、排班布局
- 2、团队人员任务目标布局
- 3、VIP客户的微信推广布局
- 4、人才储备与应急预案布局

三、卖场布局

- 1、时间段场次主题布局
- 2、卖场氛围的营造
- 3、卖场活动赠品的布局

四、监测布局

- 1、建立进度监测工具表
- 2、建立督察跟踪系统

五、营销方案布局

- 1、门店流量方案设计

2、门店营销方案设计

3、三大诱饵保驾护航

- 1) 制造进店诱饵
- 2) 营造成交诱饵
- 3) 制造大单诱饵

六、预案布局

- 1、人员调整预案布局
- 2、引流与成交方案预案布局
- 3、货品支持预案布局
- 4、互联网技术预案布局

第5讲：年关爆销——行动方案

一、年关目标冲刺总动员

- 1、动员会议排兵布阵
- 2、年关冲刺氛围设计
- 3、团队信心与激情的建立
- 4、团队融入、责任建立的塑造

二、年关目标承诺动力系统的建立

- 1、承诺书动力系统，为目标保驾护航
- 2、承诺动力模板与核心动力机密解析
- 3、承诺动力核心控制点

三、3大会议保驾护航

- 1、头脑风暴会议
- 2、技术培训会
- 3、常规例会的创新

四、4大方法加速目标达成

- 1、VIP 拉动法
- 2、创意促销法
- 3、商品连带法
- 4、异业联盟法

四、年关业绩目标管理核心执行工作

- 1、周业绩达成节奏
- 2、目视化 PK 管理
- 3、日清日毕工作管理
- 4、经验分享与总结
- 5、预案启动
- 6、阶段复盘



柳叶雄老师思想

更需要从“承诺、布局、激励、行动”上落地执行！

【年关冲刺培训剪影】

<p style="text-align: center;">年关冲刺主题</p>  <p>海报内容：TRIES 年关冲刺 大干90天 暨闽赣直营体系誓师动员大会 2017年12月1号—2018年2月28号</p>	<p style="text-align: center;">业绩达标承诺书</p>  <p>承诺书内容：厦门运营部2017年店销“大干90天” 业绩达标承诺书 承诺人：张南社 监督人：张斌 日期：2017年 月 日</p>
---	---

<p style="text-align: center;">柳叶雄老师现场授课</p>  <p>授课老师：柳叶雄 培训时间：2017年11月28日</p>	<p style="text-align: center;">势必达成的承诺</p>  <p>现场团队手持红旗和香蕉，高呼口号。</p>
--	---

<p style="text-align: center;">现场签约承诺书</p>	<p style="text-align: center;">会场各店标语，营造氛围</p>
---	---

