

《带教与数据诊断技术·飙升业绩》

带教与数据诊断分析，你该怎么做？

- 一→为何要带教？带教教什么？
- 一→带教有哪些方法？结果如何评估？
- 一→如何让带教的结果相对更好一些呢？
- 一→门店 24 个指标？如何抓核心指标？
- 一→如何通过数据进行诊断分析和改进？
- 一→进店数、成交率、客单价如何提升？
- 一→如何提升店长、大店长的生发能力？



柳叶雄老师说管理

- 2、店长是不仅是技术高手，更应该成为管理高手！培养团队成员像自己一样的优秀是店长的基本职责……
- 3、目标制定要有依据、分解目标要有方法；目标必须团队成员认可，思想统一，战斗力才强……
- 4、技术高手以个人业绩为亮点，管理高手以团队业绩为价值，管理不仅靠权利，更靠个人的魅力……
- 5、带教自身功夫要硬，带教方法正确、技术过硬，做好带教管理工作是店长带领团队实现目标的基础……
- 6、带教有方法，带教价值观、带教内容设定、带教标准、带教方法与技术、带教工具等必须掌握……
- 7、门店管理指标与经营指标合计 24 个，店长如何在众多的指标中抓核心，通过诊断分析进行改进呢……
- 8、诊断有方法、有工具、如何快速掌握诊断的方式和技巧呢？诊断后如何快速建立改善方法库呢……

一、课程目的

学员清晰为什么要做带教？带教首先要带教价值观，带教文化不能忽略

- ▲ 2、带教技术：通过讲解，让学员掌握带教内容的设定、带教的标准、带教技术、带教考核技术
- ▲ 3、带教方法：让学员快速掌握带教的方法和方式，提升团队能力，从而更好、更快的提升门店业绩
- ▲ 3、数据指标诊断：通过讲解和挑选门店核心指标，运用诊断的原理和方法论，让学员快速掌握技术
- ▲ 4、分析与改进：通过数据分析到关联的问题，从而精准制定改进的方法，实现门店业绩提升的目标



助力业绩提升



柳叶雄老师

二、课程时间与对象

授课对象



2天（9点-12点、14点-17点30点）
店长、大店长、督导、区域经理

三、课程大纲

的规划能力

一、店铺管理者的全局观

思维导向：诚实观与全局观

三、店铺管理者的管理思维

思维导向 1：销售高手与管理高手

思维导向 2：传统管理与现代管理

思维导向 3：费用预算与经营管控

落地工具 1：《门店经营费用预算表》

四、店铺管理者的战术规划与管控能力

技术导向 1：店铺十大命脉（基础技能）

技术导向 2：实现目标的规划与执行计划

思维导向：完成门店销售目标的规划与布局

落地工具 2：《门店目标规划与计划》

（依据收集学员的半年度、月度目标与计划进行实操讲解，提供模板、现场练习、课后实操）

五、店铺管理者的团队建设能力

思维导向 1：团队凭什么听你的？
思维导向 2：你能给团队带来什么？
技术导向 1：团队业绩飙升 VS 带教技术

● 第二讲：门店带教销售技术 飙升业绩

一、带教基础文化

- 1、带教概念
- 2、带教的误区
- 3、带教价值观

案例研讨 1：员工情绪与积极性

案例研讨 2：业绩下滑与进店人数减少

思维导向：新人或被教者的心理需求

二、带教内容与方法

- 1、带教模块的设计
 - 1.1 带教核心内容？

带教心态 带教文化、带教货品知识、带教销售技术、带教报表管理等
 - 1.2 不同级别人员，带教模块内容的设计
- 2、带教目标、标准与流程的设定
- 3、门店带教五大方法（重点：体验 + 互动演练）
 - 3.1 聚焦带教法
互动研讨：带教挖掘产品的卖点与顾客的需求点
 - 3.2 师徒带教法
 - 3.3 视频带教法
 - 3.4 演练带教法
 - 3.5 例会带教法

▲ 三、带教技术的应用与考核

- 1、带教机制的建立
- 2、带教成果的考核
- 3、带教成果的呈现

落地工具：《带教机制设计要项表》

● 第三讲：门店业绩诊断与改进 飙升业绩

▲ 一、门店业绩与利润诊断的思维模式

思维导向 1：经营与管理 思维导向 2：管理与团队
思维导向 3：业绩与关键指标 思维导向 4：利润与现金
思维导向 5：改进与方法

▲ 二、门店业绩的可控因素与非可控因素

思维导向 1：硬件与软件
思维导向 3：计划与预防

思维导向 2：管理指标与经营指标

▲ 三、案例研讨：透视案例找问题

▲ 四、店铺服务与销售指标

- 1、销售额
- 2、客流量
- 3、进店率
- 4、接触率
- 5、成交率
- 6、客单价
- 7、件单价 ……
- 12、回头率 (VIP 的诊断)

▲ 五、营运数据管控指标

- 1、同比
- 2、环比
- 3、售罄率
- 4、库销比
- 5、动销比
- 6、盈亏平衡点

▲ 七、门店业绩的核心关键指标

▲ 一、门店业绩三个核心指标的诊断

- 1、看图表案例研讨
- 2、进店人数的诊断
- 3、成交率的诊断
- 4、客单价的诊断

落地工具：《门店日报表与诊断》

▲ 二、提升进店人数的维度

- 1、顾客凭什么进你的店
- 2、6个提升进店人数的案例方法

▲ 三、提升成交率的维度

- 1、顾客凭什么购买你的产品
- 2、掌握提升成交率的维度

▲ 四、提升客单价的维度

- 1、提升件单价的方法
- 2、提升连带率的方法