

本课纲以提高店长“运营与管理能力、团队建设、店铺诊断、流量入口管理、商品管理、目标管理与业绩提升”为核心授课点

## 《新零售店长运营管理特训营》

时间：3天

### 一、课程目的

- 1、**运营与管理**：提高店长的门店运营与管理能力，从而提高门店业绩，同时评估店长综合能力
- 2、**店铺诊断**：指导店长学会通过数据与门店现状问题的反馈进行诊断，从而找到突破解决问题的方法
- 3、**流量入口**：指导店长掌握线上流量入口以及线下流量入口的方法，多渠道建立流量入口，增加客流
- 4、**商品管控**：指导店长清晰货品的结构以及对货品数据的分析，从而管控过程，减少库存，提高业绩
- 5、**团队建设**：指导店长掌握管理与激励团队的方法，打造高绩效的团队
- 6、**目标达成**：指导店长清晰目标制定的维度和方法，同时规划达成目标的方法与过程管控与预案调整

### 二、课程导读

- 1、**流量**：门店业绩提升的核心指标之一为流量，店长如何建立多渠道多流量入口呢……
- 2、**运营管理**：店长如何通过运营与管理转化顾客的成交率、连带率、客单价以及业绩提升呢……
- 3、**诊断**：门店自我诊断是店长必备的能力，通过诊断进行改善与突围，是店长的基本技能之一……
- ...
- 4、企业能否赚钱靠经营，企业能赚多少钱靠管理；开不开店看老板，赚不赚钱看店长……
- 5、店长不仅是技术高手，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……
- 6、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……
- 7、商品管理是降低库存、提高店铺利润率的核心之一，作为店长必须掌握商品管理技能技术……
- 8、实体店标配 = 实体店 + 线上店 + 社群 + 直播，那么店长必须具备标配的基本功。





### 三、课程时间与对象

授课时间

3天

培训对象



店长（适用店长晋级培训）

### 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：时代变革与思维变革

##### ▲ 一、店长必须了解实体店痛点

三少三低三难三大

客流少、进店少、成交少  
客单价、复购低、利率率

##### ▲ 二、时代变革与竞争变革（店长基础思维）

###### 1、时代变革与竞争变革分析

图表：不同时代竞争的焦点不同

###### 2、“产品为王”到“渠道为王”到“终端为王”到“用户为王”的模式演变

###### 3、新零售到数字零售的趋势

###### 4、新零售的六大特点要素

##### ▲ 三、门店发展趋势与走向

1、销售期（门店特点）      2、体验期

3、社群期                      4、跨界期                      5、资源整合期

##### ▲ 四、营销的变革是为了利润和现金流的提高

##### ▲ 五、店长必备的五大转变破局思维

1、产品思维到设计思维的转变

2、“价格到价值”的思维转变

- 3、“交易到关系”的转变
- 4、“产品到服务”的转变
- 5、“满足需求”到“超出期望值”的转变

## 第2讲：新零售下的店长运营规划能力

### 一、新零售下的店长的定位与本质

- 思维导向 1：盈利与发展
- 思维导向 2：社群 VS 直播

### 二、店长的全局观

- 思维导向：诚实观与全局观

### 三、店长的管理思维

- 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、店长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、月度计划进行实操讲解，提供模板、现场练习、课后实操)

## 第3讲：门店诊断与改善能力训练

### 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 2：管理指标与经营指标
- 思维导向 3：计划与预防

### ▲ 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

### ▲ 八、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》

### ▲ 九、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

### ▲ 十、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

### ▲ 十一、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

## ● 第4讲：流量入口技术训练

### 一、引爆客流思维

- 1、门店业绩的关键三大指标
- 2、顾客凭什么进店？
  - 3、设计进店的诱饵模式 (钓鱼模式)
    - 3.1 诱饵的制作
    - 3.2 诱饵的投放

### 二、引爆客流实战技术

- 1、门店形象类提升进店人数  
案例：橱窗作品引流策略
- 2、品牌力量类提升进店人数  
案例1：顾客试穿拍照 + 明星秀策略  
案例2：个性化门店引流策略 (门口告示牌)
- 3、店口氛围提升进店人数

案例：道具引流

案例2：红包墙的应用技术引流

#### 4、活动策划提升进店人数

案例1：联盟模型引流

案例2：大奖模型引流

案例3：买单模型引流

案例4：跨界整合模型引流

#### 5、互联网技术提升进店人数

案例：小程序与微信引流方法

## 第5讲：团队管理与激励训练

### 一、人才管理思考策略

思维导向：人才凭什么让你管，凭什么跟随你

### 二、人员管理案例研讨

- 1、作为店长，面对老店助、新导购如何管理；
- 2、作为店长，面对老店助、老导购如何管理；
- 3、作为店长，面对新店助，新导购如何管理；
- 4、作为店长，面对新店助、老导购如何管理；

### 三、人员激励飙升业绩

- 1、思维导向：了解员工心愿，助力实现

**落地工具3：**《心愿激励法》

#### 2、物质激励

思维导向：多维度多元化物质激励法

#### 3、精神激励

思维导向：文化与情感激励法

#### 4、目标激励的方法

#### 5、激励机制

- 1、对赌机制
- 2、PK机制
- 3、红包机制
- 4、现场激励技术的应用与演练（互动体验）

**落地工具4：**《承诺激励表》

## 第6讲：目标管控与日常管理技术训练

### 一、目标制定的维度

思维导向：什么是相对合理的目标

### 二、目标的分解技术

### 三、达成月目标的“6要项”管控与商品管控技术

- 1、人员管理
- 2、货品管理
- 3、销售技能管理
- 4、促销管理
- 5、激励政策管理
- 6、服务与VIP管理

#### 四、表单跟踪与分析改进技术

- 1、周报表分析
- 2、竞品销售表分析
- 3、导购周销售数据分析
- 4、周畅滞品数据分析

#### 五、日工作推动月目标的达成技术

##### 1、例会技术

思维导向：例会的目的在于激励士气，表扬先进，鼓励上进，宣导、教育与训练！

**落地工具5**：《例会行事历》

##### 2、淡场管控八大技术

思维导向1：淡场可以做哪些？截流、训练、带教、VIP等

### 柳叶雄老师：

柳叶雄老师专注于“经销商和店铺业绩提升培训”

座右铭：“好不好，看看业绩提升有多少”

中国第一位研究并成功推广“店铺实操系统”导师，

1天的课程中，用3小时带领学员到店铺实操销售，  
使销售业绩倍增3-10倍，指导学员学会“实操模式”。

#### 【老师挂职职务】

多家培训公司高级讲师

长沙普迪亚公司董事

泉州零工互联网科技公司董事

店铺生意宝@数字零售 商学院院长

泉州市企业管理顾问团专家老师

仰恩大学经济学院研究会顾问

#### 【出版书籍】

《绩效管理实战手记》

《门店促销策略与实战技巧》

#### 【核心课程】

《新零售业绩增长策略》 《社群营销》 《实体店直播带货特训

《引爆销售 飙升业绩》 《引爆客流 飙升业绩》 《新零售店长

《门店促销策略与实战技术》 《门店VIP实操技术飙升业绩》

#### 【部分案例】

比华利保罗、圣梵尼、堡马服饰、圣宝龙男装、报喜鸟、  
唐狮、百斯盾裤业；影儿时尚集团（音儿、恩裳、歌中歌、诗  
女装、UR、设计师品牌花儿开了、朵以女装；艾莱依羽绒服、  
季内衣；太平鸟童装（minipeace）、铅笔俱乐部、越也童装  
骆驼（明伟）、哈比特、雪娃娃；小石头、婴派、1001夜童装

特步、361°、乔丹；花花公子、红蜻蜓、富贵鸟戈美其  
BOSSLONG皮具；佳丽斯家纺、红豆家纺装；雀氏、皇派门  
艺龙家居；金冠食品、喜多多食品、蜡笔小新、晋江沃尔玛、  
欧亚商都……



培训导师:柳叶雄



【柳

**【柳叶雄老师培训现场剪影】**

<p>比华利保罗</p>  A photograph of a training session for Bi-Huali Paul. The room is dimly lit with a large screen at the front displaying a presentation. Several people are seated at long tables, some looking towards the screen. A banner in the background features the company logo and the text "2013年度培训 比华利保罗".	<p>金利来男装</p>  A photograph of a training session for金利来男装. The room is filled with people seated at long tables, facing a large screen at the front. The room has a decorative ceiling with circular light fixtures. The screen displays a presentation slide.



七匹狼



堡马男装



谜底女装



UR 快时尚

**【柳叶雄老师培训现场剪影】**



花花公子



特步广东分公司





红蜻蜓皮鞋



361°



乔丹



报喜鸟

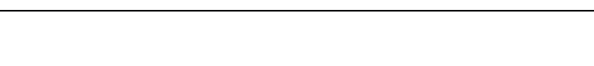
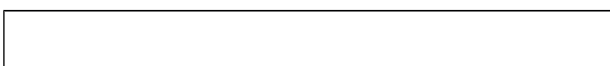
**【柳叶雄老师培训现场剪影】**



太平鸟 Mini peace



卡丁





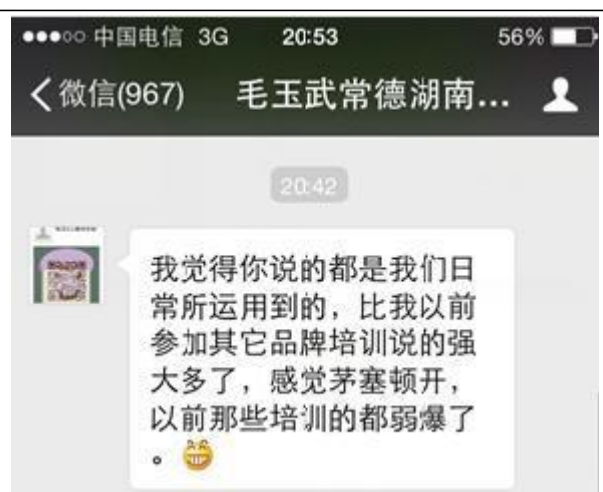
**【柳叶雄老师培训现场剪影】**

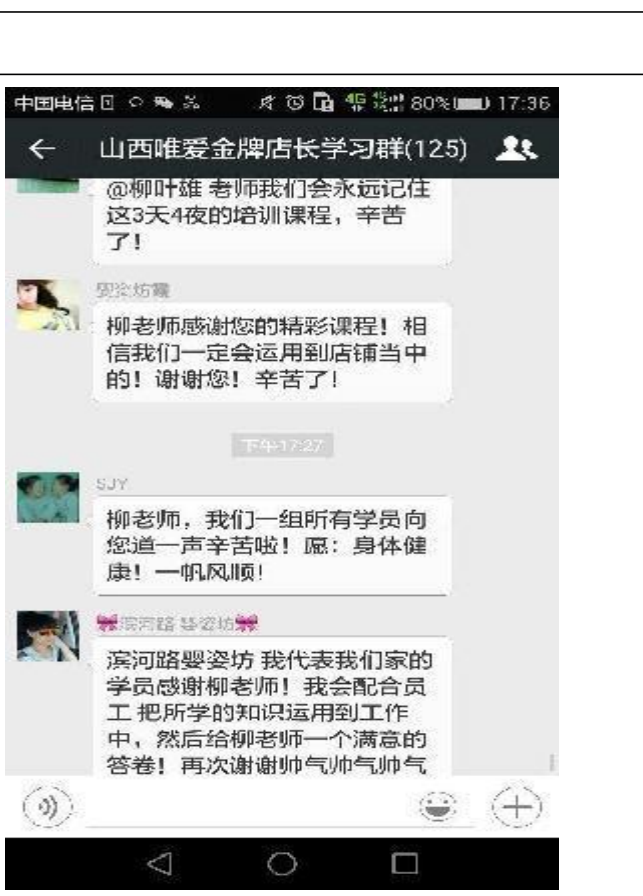
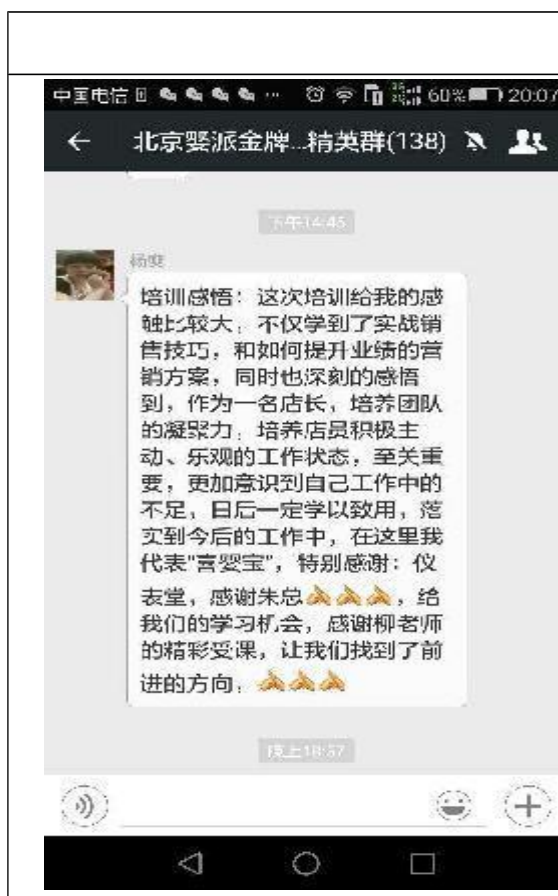




**【学员学习反馈】**

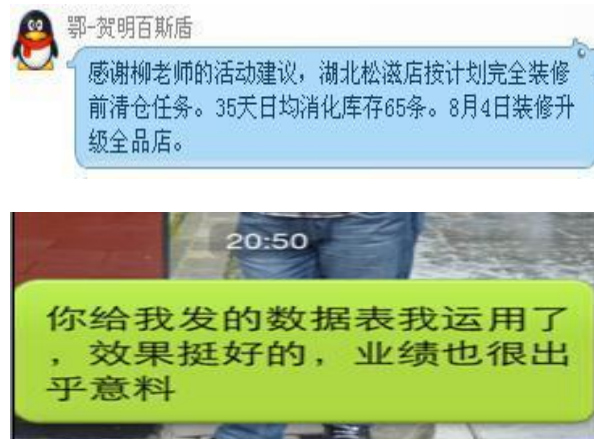
--	--



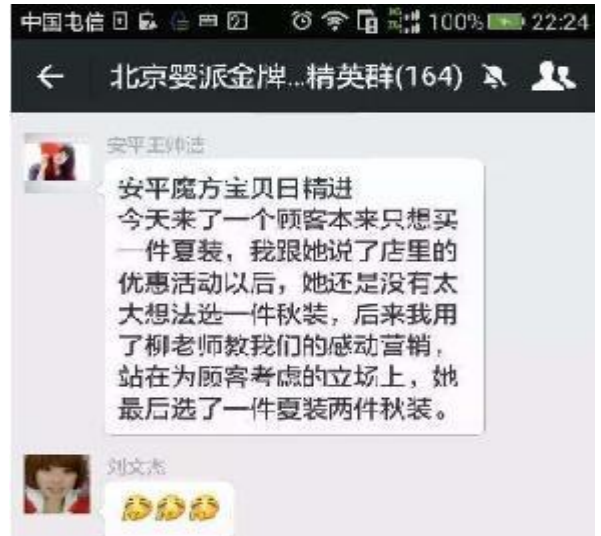


**【学员成果分享】**

学员实操落地成果分享：



感动营销 成果分享



学员落地实操：武汉孕婴坊 VIP 实操落地，80 平方的店铺，两日 **VIP 专场销售达到 32.8 万**



黄梅爱婴店 180 平方，由原始日销售 9000 多元，当日爆破式营销做到 **25.13 万元**



学员学以致用成果分享：

鄂-贺明百斯盾

感谢柳老师的活动建议，湖北松滋店按计划完全装修前清仓任务。35天日均消化库存65条。8月4日装修升级全品店。

运城丫丫孕婴张静

由于昨天的一点小失误造成顾客有点不满，我就按柳老师说的先让顾客发完牢骚平下心再解释，顾客最后也理解我了，今天我又及时回访让顾客感觉我不是敷衍她是真心实意的关心她，也稳定了顾客，她刚又打电话说明天游泳时再搬一箱奶粉。

### PK 机制：学以致用成果分享

苏超山东济南顶尖育儿

直播：梁山刘姐回去之后卖场分组pk，梳理细化管理，增进销售提升方案落实！连续几天店效较之前都有较大增幅！

苏超山东济南顶尖育儿

平均每天比以往多销售两千块，送上小花一朵 🌸

16:36

恭喜，其他同学加油哦！把技术用到终端一定会业绩提升的！

### 激励机制：学以致用成果分享

山西唯爱金牌...学习群(200)

店铺激励分享:季末了有很多浅色内衣的小码全部都成了样品，时间越长就越脏！每卖一套还得给顾客搭一些店铺的洗护小赠品，后来我就出了一个激励政策:利用店里的小赠品，导购每卖三套特脏的样品，可以在月底领取一个小塑料杯，店里原来有40多套脏样品，月初一清点，就剩下10多套了！导购也很开心，卖的很积极，感觉这个方法不错，分享给大家！

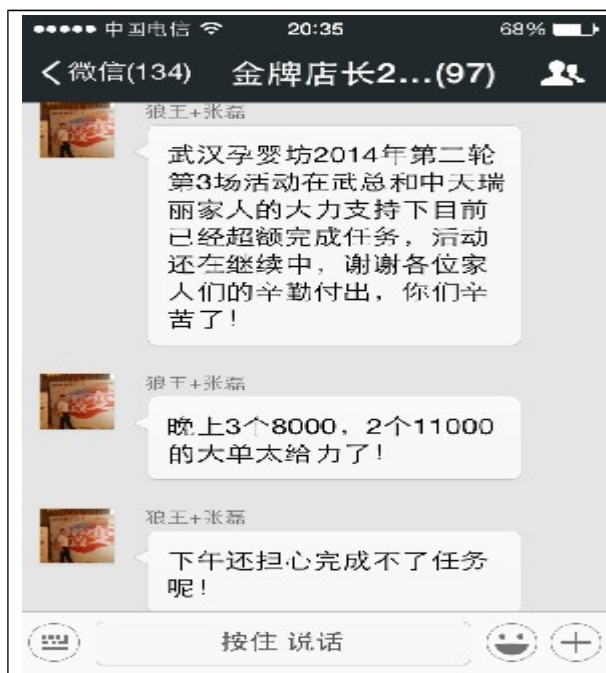
月一 21:34

赵彩霞母婴坊专卖店

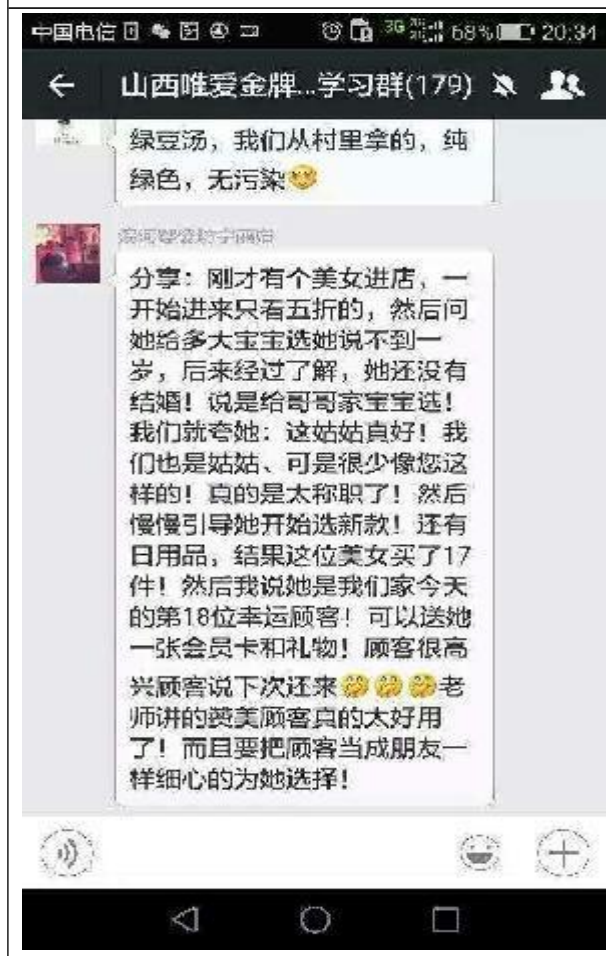
呵呵，谢谢宋姐的红包，大家赶快分享啊。一些平常店铺里面激励员工的案例，说出来我们也能互相学习！柳老师说过，最好的老师就在我们群里！大家踊跃发言呀！别藏私

促销技术：销售实操倍增业绩成果分享

促销技术：VIP 专场活动成果分享



### 赞美+ 给顾客制造意外的惊喜：成果分享



### 赞美顾客：学以致用成果分享

