

《连锁品牌门店线上、下销售技能培训》

主讲老师-金天野

课程背景

在当今竞争激烈的市场中，销售技能已成为企业和个人成功的关键因素。特别是对于连锁门店企业而言，面对线下门店和线上电商平台的双重销售渠道，提升销售技能尤为迫切。然而，销售不仅仅是交易的完成，它更是一门艺术，涉及到对顾客心理的洞察、沟通技巧的运用、市场趋势的把握以及促销策略的策划。本课程旨在帮助销售人员深入理解销售的核心原理，掌握有效的销售策略和技巧，以适应不断变化的市场环境。

课程目标

- 理解销售心理学**：深入掌握销售心理学的基础知识，学会如何利用人性弱点来吸引和保留顾客。
- 提升顾客服务和沟通技巧**：通过实操演练，提高提供高质量客户服务的能力，以及有效沟通的技巧。
- 掌握线下门店销售策略**：学习如何优化门店布局、提升顾客体验，并制定有效的销售流程。
- 精通线上电商平台销售**：掌握电商平台的运作机制，学习 SEO 和内容营销，提高在线销售能力。
- 策划促销活动**：了解如何策划和执行各种促销活动，以及如何利用客户洞察来提升销售业绩。
- 应用数据分析**：学习如何收集和分析销售数据，以数据驱动的方式优化销售策略。

课程特色

- 实战案例分析**：结合真实销售案例，让学员从实际情境中学习销售策略。
- 互动式学习**：通过小组讨论、角色扮演等互动环节，提高学员的参与度和学习效果。
- 实操演练**：提供模拟销售场景，让学员在实践中掌握销售技巧。
- 个性化指导**：针对不同学员的需求，提供个性化的指导和建议。
- 数据驱动**：强调数据分析在销售决策中的重要性，培养学员的数据思维。

面向对象

- 企业的销售人员和销售管理人员。
- 希望提升销售技能，增强市场竞争力的个人。
- 对销售心理学、顾客服务、沟通技巧和促销策划感兴趣的专业人士。

培训时长：一天 6 小时

课程大纲

第一模块：销售心理学与人性弱点（1 小时）

- 基础概念**：
 - 定义销售心理学：研究消费者购买行为背后的心理过程。

- 人性弱点：在销售中可以利用的消费者心理倾向，如追求认同、避免损失等。
- 理论知识：
 - 从众心理：解释人们倾向于模仿他人行为的心理机制，以及如何在销售中创造社会认同感。
 - 稀缺效应：阐述人们对稀缺资源的更高评价和需求，以及如何通过限量促销提升产品吸引力。
 - 损失厌恶：介绍人们对损失的敏感度高于同等收益，以及如何通过强调不购买的潜在损失来促进销售。
- 案例分析：
 - 案例一：分析一家知名运动品牌如何通过限量版产品发售，激发消费者的稀缺效应。
 - 案例二：探讨一家在线教育平台如何利用人们的从众心理，通过展示大量用户好评来增加信任度。
- 实操演练：
 - 分组讨论：每组选择一个公司产品，设计一个利用人性弱点的销售策略。
 - 角色扮演：模拟销售场景，实施设计的策略，并收集反馈。

第二模块：线下门店销售技巧（1.5 小时）

- 基础概念：
 - 门店布局：如何通过门店设计影响顾客的购物体验 and 购买决策。
 - 顾客服务：定义高质量的顾客服务标准，以及如何通过服务提升顾客满意度和忠诚度。
- 理论知识：
 - 门店布局优化：介绍如何通过视觉营销、空间布局等吸引顾客并引导购买。
 - 顾客服务流程：详细讲解接待、咨询、售后等环节的服务标准。
- 真实案例分析：
 - 案例一：分析一家高端零售店如何通过门店布局提升品牌形象和销售业绩。
 - 案例二：探讨如何通过卓越的顾客服务在竞争中脱颖而出。
- 实操演练：
 - 分组设计：每组设计线下门店的可优化升级的布局方案，并讨论如何提升顾客体验。
 - 角色扮演：模拟顾客与销售人员的互动，练习提供高质量服务。

第三模块：线上电商平台销售策略（1.5 小时）

- 基础概念：
 - 电商平台运作：介绍电商平台的基本运作方式和用户购物流程。
 - SEO 和内容营销：解释搜索引擎优化和内容营销的基本概念及其在电商中的作用。
- 理论知识：
 - 电商平台用户行为：分析用户在电商平台上的购物行为和决策过程。

- **SEO 策略**：教授如何通过关键词优化、链接建设等提升产品在搜索结果中的排名。
- **内容营销策略**：讲解如何通过站内平台（图文、视频）等内容吸引和留住用户。
- **案例分享**：
 - **案例一**：连锁门店如何通过社交媒体营销提升品牌知名度。
- **实操演练**：
 - **分组优化**：每组选择一个公司产品，制定一个电商平台的产品页面优化方案。

第四模块：顾客服务与沟通技巧（1 小时）

- **基础概念**：
 - **顾客服务**：定义在销售过程中提供优质顾客服务的重要性。
 - **沟通技巧**：介绍有效沟通的原则和技巧，包括清晰表达、积极倾听等。
- **理论知识**：
 - **顾客服务原则**：讲解如何通过服务建立顾客信任和忠诚度。
 - **沟通技巧**：详细介绍如何通过有效沟通提升销售效率和顾客满意度。
- **案例分享**：
 - **案例一**：分析一家知名餐厅如何通过卓越的顾客服务提升顾客体验。
 - **案例二**：探讨一家电子产品零售商如何通过有效沟通解决顾客问题。
- **实操演练**：
 - **角色扮演**：模拟顾客提出投诉或特殊需求的场景，练习沟通和问题解决技巧。
 - **分组讨论**：每组分享一个实际遇到的顾客服务案例，并讨论最佳处理方式。

第五模块：促销活动与客户洞察（1 小时）

- **基础概念**：
 - **促销活动**：定义促销活动的目的、类型和实施步骤。
 - **客户洞察**：介绍如何通过市场研究和数据分析深入了解客户需求和行为。
- **理论知识**：
 - **促销活动策划**：讲解如何根据目标市场和产品特性设计有效的促销活动。
 - **客户洞察方法**：介绍市场调研、顾客反馈收集和数据分析等洞察客户需求的方法。
- **案例分享**：
 - **案例一**：分析一家服装品牌如何通过节日促销活动大幅提升销售。
 - **案例二**：探讨一家电商平台如何利用客户洞察优化产品线和营销策略。
- **实操演练**：
 - **分组策划**：每组设计一个针对自身产品的促销活动方案，并展示给全班。
 - **数据分析练习**：使用模拟数据，分析顾客购买行为，提出改进建议。

第六模块：数据分析在销售中的应用（1 小时）

- **基础概念**：

- 数据分析：定义数据分析在商业决策中的作用。
 - 销售指标：介绍关键销售指标，如销售额、转化率、顾客生命周期价值等。
- 理论知识：
 - 数据收集与处理：讲解如何收集销售数据，以及如何进行初步处理和分析。
 - 销售趋势分析：介绍如何通过数据分析识别销售趋势和潜在问题。
- 案例分享：
 - 案例：探讨一家零售商如何利用顾客购买数据进行个性化营销。
- 实操演练：
 - 数据分析模拟：使用模拟销售数据，练习基本的数据分析技能，如计算销售指标、识别趋势等。
 - 分组讨论：每组根据分析结果，提出基于数据驱动的销售策略改进建议。

第七模块：课程总结与行动计划（0.5 小时）

- 课程回顾：
 - 总结课程中的关键知识点和学习成果。
- 行动计划制定：
 - 引导学员根据所学知识制定个人或团队的行动计划，明确实施步骤和预期目标。
- 问答环节：
 - 解答学员在课程中的疑问，提供进一步的指导和建议。
- 反馈收集：
 - 收集学员对课程的反馈，用于课程的持续改进。