

《门店掘金-金牌店长管理能力提升训练》

课程背景：

在白热化的商业战场上，店长的管理能力无疑成为了决定门店生死存亡的关键，然而优秀店长的匮乏似乎逐渐成为管理的瓶颈。“大海航行靠舵手，行军打仗看旗帜”，店长是一个门店生意的灵魂，只有好的店长才能带领团队创造出好的业绩”。

一个优秀的店长，不仅要拥有丰富的销售技巧和产品知识，更需要具备全面的领导能力、团队管理能力以及客户关系处理能力。本课程从店长的岗位角色认知开始，深度地剖析了作为店长所应该掌握的管理技能：从人员管理、店面管理、及领导力的培养、团队管理能力的培养、数据驱动的决策能力培养等多个角度阐述门店管理之道。《金牌店长管理能力提升训练》是门店店长的必修课程。

培训目标：

- 1、了解店长的角色定位，明确工作重点；
- 2、掌握销售团队建设的方法，激励团队上下一心，战胜挑战；
- 3、培养店长如何做好自我管理工作的
- 4、教会店长如何做好销售人员的“选、育、用、留”
- 3、帮助店长掌握门店管理的全能基本修炼，快速提升门店业绩。

培训对象：终端门店的经理、店长、门店老板等

培训时长：2-3天（6小时/天）

培训大纲：

第一章：店长的角色定位与认知

一、从业务高手到管理能手的角色转变

- 1.好“太太”：做好本职树榜样
- 2.好“媳妇”：上司职务代理人
- 3.好“妯娌”：部门协作创绩效
- 4.好“妈妈”：带人带心还带性

二、金牌店长的八个角色

经营者角色：

协调者角色：

激励者角色：

执行者角色：

指挥者角色：

培训者角色：

控制者角色：

分析者角色：

三、店长的管理要求：从管理结果到管理过程

1.店长应具备的五种能力.谈判力、学习力、沟通力、领导力、决断力

2.店长要掌握的八种知识

顾客心理、零售管理、经营管理、公司文化、教练技术、计划制定、数据分析、法律

3.店长需要关心的十件事情

运营目标、销售业绩、团队伙伴、店面管理、商品管理

顾客管理、档案管理、培训成长、终端活动、同业信息

第二章：终端门店的团队管理

1、什么是团队？

2、高效团队的特征

你的团队是“ $1+1 > 2$ ”还是“ $1+1 < 0$ ”？

3、终端门店团队面临的挑战

4、终端门店团队建设的方法

5、如何提升团队的凝聚力

6.团队销售业绩的设定与考核

7.团队制度的建设与执行

第三章：终端门店的现场管理

一、终端门店“物”的管理

1. 终端门店的分区布局

2. 客户动线的设计规划

3. 运用宣传物料营造卖场气氛

4. 门店高端感官营销：视觉、听觉、嗅觉、味觉、触觉

□案例分析：终端门店布局及陈列效果的分析点评

二、终端门店“人”的管理

1、面试与招聘技巧：

好的门店销售人员标准是什么？

自信力、影响力、取悦力

2、教练辅导与部属培育

1) 为什么传统的培训无效

2) 经典辅导方式-6+1 带教模型

- ① 带教开场
- ② 你做我看
- ③ 我做你看
- ④ 寻找差异
- ⑤ 解读内容
- ⑥ 模拟演练

演练：教练七步法

3、沟通与管理技巧

3-1、与下属的日常沟通技巧

- (1) 具有同理心的沟通
- (2) 同理心沟通的概念与使用原则

小组练习：五种语言反馈技巧快速提升沟通能力

案例分享：小胖为什么对销售经理一直不满意

3-2、对下属的日常管理技巧

不同下属的行为风格与管理技巧

- (1) 强势肯定型员工
- (2) 感觉良好型员工
- (3) 做事小心型员工
- (4) 拒绝排斥型员工

案例分享：从西游团队看人物性格与唐僧的用人之道

4、高效能激励艺术

激励的心理学原理 1：马斯洛的五层次需求理论

激励的心理学原理 2：激励的双因素理论

1) 经典的激励方式

2) 最用心的激励——倾听员工心声

3) 潜能激励法

教学影片：永不放弃

4) 常用的不花钱激励六诀

教学影片：3 分钟激励士气

5、如何管理“问题”员工

老员工、8090 后员工、刺头员工、老油子、争强好胜员工

三、终端门店“事”的管理

1、销售服务流程的管理

2、客户分流与体验营销结合

3、员工的分工与调配

4、突发应急事件管理

四、5G 时代现场管理的方法与技巧：

1)“望、闻、问、切、体验”管理技巧

2)终端门店现场的 7S 管理

3)“走动+目视”管理法

4)人性化管理

5)创新服务

第四章：终端门店的晨会管理

- 1、晨会的目的
- 3、晨会的内容与形式
- 4、晨会组织的常规步骤
- 5、晨会主持的技巧

案例讨论：如何成功地开一次振奋人心的晨会

□情境演练：一次晨会的主持

第五章：终端门店的营销管理

一、业绩才是硬道理

二、如何实现门店业绩突围

- 1、客户从哪里来；
- 2、如何提高客户到店率；
- 3、如何提高客户成交与转化率
- 4、如何做好连带销售与深度挖潜
- 5、如何做好客户关系与客户转介绍

第六章：终端门店的服务管理

1、服务与营销密不可分

2、内强意识，外塑规范

1) 内强意识

□需要强化的意识有哪些？

□如何强化员工的服务意识？

□案例研讨：是谁偷走了她的微笑？

2) 外塑规范

□员工行为规范

□服务流程规范

3、客户的期望值管理

□期望值与客户满意度

□制造惊喜，感动常在

4、客户服务档案的完善与管理

□客户档案与二八法则

□运用档案信息做营销计划

5、服务的优化与创新

第七章：货品管理

1、货品结构管理

2、保持店铺健康库存量

3、加速货品的周转

4、仓库管理

5、失货控制、盘点

第八章：数据驱动的决策能力

1、季节指数分析法（营运数据分析）

2、关键业务指标 KPI（看懂损益表）

3、提升营业额方法（营业绩效指标体系）

4、毛利控制

5、费用控制

6、消减库存成本

7、统计分析法

- 1) 货品统计与分析
- 2) 促销数据统计与分析
- 3) 客流量分析及应对方法
- 4) 连带率分析及应对方法
- 5) 客单价分析及应对方法
- 6) 人效分析及应对方法
- 7) 市场调研数据收集与分析