

《目标分解落地与旺日销售策略实战工作坊》

主讲：钟意老师

【课程背景】

零售品牌目标管理中存在三大问题点：

- 1.年度规划难以拆解到单店，执行过程缺乏可视化跟踪工具；
- 2.旺日销售依赖经验，缺少系统化行动模板；
- 3.多部门存在目标理解偏差，协作效率低。

课程有理论、有工具、有案例,侧重针对性与实操性,帮助学员解决目标落地管理中的实际难题,通过课程工具输出,使学员能够学之解惑,学之能用,带领企业踏上绩效达成的能力升级之路,实现企业持续发展。

【课程收益】

- 运用绩效分解的方法,输出团队绩效目标分解计划；
- 运用问题分析与计划制定工具,输出为团队寻找成功路径、达成策略与行动计划;
- 运用 AI 技术，进行绩效业绩过程分析,掌握绩效计划过程管理的策略;
- 输出旺日营销作战计划与作战地图；
- 运用团队激励技巧，设定团队配套激励方案；

【课程特色】

互动性强，逻辑清晰；实战聚焦，学之能用；案例精彩;结合企业实际

【课程对象】

企业中层管理者

【课程时间】

2天（6小时/天）

【课程大纲】

DAY 1 目标拆解与执行落地（输出：团队绩效指标、实施策略、行动计划）

一、年度目标拆解逻辑与工具（2H）

1、目标落地的核心挑战

- 年度规划落地的3大断层（战略-门店-执行）
- 服装行业商品/陈列/零售部门目标协同难点
- 断层对业绩的影响量化分析

案例：某女装品牌因陈列与商品目标不一致；

工具:战略落地断层诊断表；

互动:小组讨论；

2、目标拆解方法

- 业绩指标分解的两种方法（A/B/C类店策略）
- 事项指标的分解方法（SMART颗粒度拆解）
- 设定指标衡量标准
- 进行指标预测算

案例：服装品牌指标拆解案例；

工具:smart;

互动:指标分解与测算

3、工具实战

- 服装业专属指标设计（连带率/试穿转化率/季末清仓率）
- 动态预警规则设置（库存率/销售比率）
- 常见目标拆解问题

案例：某品牌因忽略试穿转化率导致的销售影响；

工具:OGSM-P;

互动:OGSM工具练习；

二、目标执行策略设定（2H）

1、目标执行的关键指标

- 服装商品周转率与上新节奏关联分析
- 坪效提升的陈列密度实验（正反案例对比）
- 人效与排班匹配模型（高峰/平峰期配置）

案例：某店铺排班与人效关联

工具:核心监控指标

互动:关键指标寻找

2、跨部门协同与资源分配

- 总部货品支持优先级规则（爆款/形象款/基础款）
- 陈列标准化与区域冲突解决方案
- 团队资源配置

案例：资源分配不公引发的矛盾

工具:资源评估表

互动:工具练习

3、动态策略调整机制

- 服装业周复盘会议六大议题（含滞销款处理决策）

- 调价权限与流程设计
- 异常波动应对方案

案例：VIP 客户贡献度异常波动应对方案

工具：动态调整决策树（含调货/促销/折扣场景）

互动：工具练习

三、行动计划表——从指标到执行落地（2H）

1、计划制定与资源匹配

- 行动方案设计（5W2H 模型）
- 资源匹配（人力/预算/权限）
- 风险预案（关键节点清单）

案例：某 PPP 项目招商攻坚行动计划

工具：行动计划表模版

互动：制定部门季度行动计划表

2、OGSM 落地管理

- OGSM-P 工具
- OGSM 汇总管理
- 计划对齐

案例：某公司 OGSM-P 落地案例

工具：OGSM-P 模版

互动：汇总输出成果至 OGSM-P 工具表（形成一页纸计划）

DAY 2 旺日销售策略与激励设计（输出：旺日作战地图、激励策略）

一、旺日销售机会分析与策略制定（3H）

1、服装旺日特征

- 服装业四大旺日类型（换季/节日/店庆/事件营销）
- 历史数据诊断的三大陷阱（忽略天气/竞品/款式生命周期）
- Z 世代消费峰值时段规律（如汉服品牌国风节案例）

案例：羽绒服品牌因未预判暖冬导致积压

工具：旺日机会评估

互动：工具练习

2、服装旺日策略设计

- 爆款组合公式（引流款×利润款×话题款）
- 试衣间效率提升方案

- 线上种草与线下体验闭环设计

案例:设计师品牌小红书种草营销

工具:爆款黄金组合策略

互动:策略设定

3、旺日行动计划表

- 倒计时 30 天关键节点 (含直播预热排期)
- 跨部门检查清单 (商品/物流/培训协同)
- 应急预案压力测试方法

案例:物流延迟损失案例

工具:旺日作战地图

互动:团队输出

二、旺日执行与激励机制 (2H)

1、营销转化设计

- 服装连带销售四重奏 (品类/场景/价位/人群连带)
- 试穿率提升的动线设计 (磁石点/灯光/音乐策略)
- 沉默客户激活话术 (3 句破冰法)

案例:商务男装品牌通过"领带-衬衫-袖扣"连带话术提升客单

工具:话术扑克牌

互动:营销转化设计练习

2、激励策略表设计

- 阶梯奖励 (备货量/目标完成度/新品推广)
- 导购即时激励设计 (单笔大单/最高连带/VIP 开发)
- 总部支援人员对赌协议 (调货响应时效奖罚)

案例:某品牌双十一因导购激励失衡引发内部抢单冲突

工具:激励策略测算表

互动:激励机制设计

三、过程追踪与分析 (1H)

1、可视化报表体系

- 绩效进度报表
- 事项进度报表
- 做好员工周报与日报管理

案例:部门数据管理案例、日追踪产生的奇迹

工具:报表模版

互动: 数据分析中的 AI 应用

2、绩效复盘与沟通

- 部门月度复盘会
- 做教练式管理者
- 直面冲突:员工绩效沟通法则

案例:跑题的部门会议、愤怒的员工

工具:月度复盘会模版、GROW 模型、员工绩效沟通模版

互动::模拟员工绩效沟通

3、回顾与转化

- 内容回顾
- 应用计划