

# 《大商之路——经销商运营管理技能提升训练》

时长：两天一夜

【内容纲要】：

一级题纲	二级题纲
<b>模块一：行业升级与经销商角色定位</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 有店铺销售盈利公式及关键点</li> <li>◇ 服务性行业的危险与机遇</li> <li>◇ 经销商老板的四种角色定位</li> <li>◇ 经销商的禁忌与不能再犯的致命错误</li> <li>◇ 新时期经销商老板的四力模型</li> </ul>
<b>模块二：管理力</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 店铺管理的核心模块和相对应的知识模型</li> <li>◇ 知己知彼--市场调研的能力（市场调研工具运用）</li> <li>◇ 谋而后动--基于市场调研的目标制定与经营规划</li> <li>◇ 针对性展开销售策略及计划管控能力（工具表单） （集客、截客、客户分类、客户跟进的工具和手段）</li> <li>◇ 店面日常运营管理能力（工具表单） （会议系统、督导系统、巡查系统、日常管控节点）</li> <li>◇ 门店布置的功能区划分与动线设计</li> <li>◇ 门店布置的五觉系统</li> <li>◇ 门店布置的十大景观</li> <li>◇ 门店日常促销活动的策划与组织（表格工具）</li> <li>◇ 活动时间怎么选？</li> <li>◇ 活动主题怎么策划？</li> <li>◇ 活动内容的 36 计</li> <li>◇ 活动策划的三个核心（主题、内容、集客方式）</li> <li>◇ 活动店面布置的 531 法则</li> <li>◇ 八大集客工具系统（客户带单、人脉聚客、微信社群与朋友圈、小区运作、电话营销、异业联盟、抖音等）</li> </ul>
<b>模块三：领导力</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 由监督者变成带动者</li> <li>◇ 基于 M B T I 的人才甄选系统</li> <li>◇ 用对人的前提——对员工的理解能力</li> <li>◇ 将平凡的人变得不平凡的四大策略</li> <li>◇ 如何激励并留住 90 后员工</li> <li>◇ 新生代员工的三大心理特征</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 带领新员工管理者的角色转变</li> <li>◇ 如何激励并留住老员工</li> <li>◇ 激发团队热情的物质激励（薪酬设计、底薪提成双浮动机制、个人三级跳与团队三级跳）</li> <li>◇ 激发团队热情的十种非物质策略</li> <li>◇ 人才发展计划</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>模块四：成交力</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 绝杀成交--步步为营的终端成交系统（系统工具表单） K7 店面成交系统 进店迎客-基本信息搜集-需求刺探-产品推介-异议处理-成交手段-送客服务</li> <li>◇ 团队成交能力训练（员工训练计划）</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>模块五：服务力</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 服务的一个中心两个基本点</li> <li>◇ 搞好服务的五字真诀</li> <li>◇ 店面服务系统（工具表单）</li> <li>◇ 老客户服务与转介绍系统（工具）</li> <li>◇ 售后服务体系（工具表单）</li> <li>◇ 如何应对客户投诉</li> </ul>