

《智胜终端：门店业绩倍增策略》

主讲：陈小洪老师

【课程背景】

在零售业的激烈角逐中，您的门店是否正面临以下挑战：

业绩增长乏力，是外部环境的冲击还是内部管理的不足？您是否已经竭尽全力，却发现业绩提升依旧缓慢如蜗牛？目标设定似乎轻而易举，但为何总是难以精准击中业绩增长的要害？

本课程将为您揭开迷雾，指明方向。我们将带您深入解读当前零售市场的动态变化，揭秘消费升级与降级背后的深层逻辑，探索后疫情时代消费者行为的新趋势，让您能够把握市场脉动，顺应潮流。我们助您重塑积极心态，将工作压力转化为前进的动力，打破心理障碍，重燃工作热情与决心。同时，我们将传授您一套科学的目标管理方法，从绩效诊断到目标设定，从任务分解到路径规划，全面覆盖，确保您的每一步都精准有效，稳步攀登业绩高峰。

我们将深入挖掘门店业绩的核心逻辑，剖析关键业绩指标，锁定客单量、客单价、复购率这三大增长引擎。您将学会如何运用高级销售技巧，包括连带销售的策略、大单成交的战术，从商品陈列到销售话术，从客户关系培养到精准货品推荐，全面提升您的销售能力。您还将掌握会员关系管理的精髓，洞察客户生命周期，精心维护会员标签，提供优质的售后服务，巧妙实现线上线下会员的无缝对接与转化，为您的门店业绩打下坚实基础。

无论您是寻求战略突破的零售企业管理者，还是渴望提升销售业绩的一线员工，本课程都将是您开启成功之门的金钥匙，引领您在零售业的浪潮中乘风破浪，共同缔造门店业绩的辉煌传奇！

【课程收益】

- 学会如何分析门店业绩瓶颈，并找到有效的解决方案。
- 掌握提升客单价、客单量和进店率的具体策略。
- 能够制定和执行大单成交策略，提高单笔交易额。
- 提升连带销售能力，实现销售最大化。
- 学会如何吸引线上会员到线下消费，拓展客户基础。

【课程方式】

情景模拟：通过情景演练，加深理解和记忆。

案例分析：深入剖析成功案例，洞察业绩提升的关键要素。

工具应用：提供实用工具模板，帮助快速上手应用所学知识。

团队共创：通过小组合作的方式，促进团队协作和创意碰撞。

全方位覆盖：涵盖业绩增长、大单成交、连带销售及线上线下融合等多方面内容。

【课程特色】

互动式教学：本课程采用互动式教学模式，通过小组讨论、角色扮演、案例分析等多种方式，激发学员的参与热情，促进理论与实践的结合。

实战导向：课程内容紧密贴合零售行业特点，以实际案例为依托，强调实战操作和案例研究，让理论知识落地。

个性化指导：讲师将根据学员的具体需求和背景，提供个性化的指导和建议，帮助每位学员找到适合自己的目标管理路径。

启发式教学：鼓励学员思考和提出创新想法。

【课程对象】

零售门店管理人员、一线销售人员

【课程时长】

2天（6小时/天）

【课程大纲】

【思考】为什么店铺的生意没以前好了？

一、业绩不佳有可能是心态出了问题，和缺少目标管理意识

1. 市场环境变化对生意的影响
 - ◇ 当前零售市场面临的挑战与机会
 - ◇ 是消费升级，还是消费降级
 - ◇ 后疫情时代的消费行为变化
 - 社交元素成为消费的关键驱动
 - 实体互动与社交体验式消费方式兴起
2. 调整心态将工作压力转化为动力
 - ◇ 识别并克服常见的心理障碍
 - ◇ 有效的压力管理技巧
 - ◇ 提高工作动力

【思考】为什么已经很努力了，但是业绩还是没办法提升？

3. 目标管理不是简单的数学题
 - ◇ 问题诊断找到真正的目标再去努力
 - 绩效诊断找出差距
 - 分析差距制定合的目标：SMART 原则
 - 业绩目标是由每个差距目标组合而成
 - ◇ 通过目标拆解找到提升业绩的方法
 - 将数字目标拆分成工作任务的工具：WBS 工作分解结构法
 - 通过关键数据找到业绩提升的机会点
 - ◇ 找到一条可实现目标的路径
 - 从现状到达目标结果的导航工具：GPS-AM 模型
 - 业绩提升要提前规划的七个问题
 - ◇ 用工具管理行动以实现目标
 - 三个层面对齐与团队达成共识
 - 确保落地动作不变形的三个动作：定标准-做检查-有控制

【案例分析】李磊的门店业绩目标有哪些问题，要如何规划路径？

【落地工具】《5W2H 行动策略管理工具》《店铺销售目标进度表》

【知识模型】《GPS-AM 模型》

【案例分析】A 门店业绩连续一个季度不达标，店长分析后认为主要原因出在：梅雨季天气影响导致客流下降严重，以及客人购买力下降都是进店看看就离开。对此你有什么看法？

二、哪些指标决定了门店业绩好坏？

1. 影响门店业绩的关键指标
 - ◇ 门店业绩公式分析
 - ◇ 业务价值链图拆分生意逻辑

【团队共创】将所在店铺的业务进行价值链拆分

2. 实现业绩增长的三个抓手
 - ◇ 机会点：客单量
 - ◇ 破局点：客单价

- ◇ 控制点：复购率
- 3. 如何通过机会点（客单量）提升业绩？
- ◇ 为什么要提升客单量（连带销售率）？
- ◇ 提升连带销售的时机
 - 交叉销售
 - 追加销售
- ◇ 提升连带销售的三招九式
 - 陈列有技巧
 - 销售有方法：SPIN 法则
 - 团队有默契

【案例分析】 顾客体验 3800 元新品，最终成交 74000 元（高端消费品案例）

【销售演练】 李女士挑选晚宴服装销售场景演练（多个场景）

【思考】 大单的定义是什么？如何才能促成大单销售？

- 4. 如何通过破局点（客单价）实现业绩增长？

- ◇ 分析顾客购买心理及动机：AIDA 模型
- ◇ 大单的销售策略
 - 目标：单价+单数
 - 信心：非销三部曲
 - 货品：看对人，拿对货
- ◇ 大单销售技巧
 - 磨单：培养客户关系
 - 炼单：深化销售过程
 - 成单：会员信息完善

【案例分析】 18.8 万的大单成功销售的关键原因有哪些？

【案例分析】 结束营业前 5 分钟，A 品牌放弃的客户，在对门的 B 品牌消费 4 万元？

- 5. 控制点管理：强化会员关系管理提升复购率

- ◇ 客户的生命周期
- ◇ 会员关系管理
 - 会员维护与标签管理
 - 售后回访与指导服务
- ◇ 线上会员向线下转化
 - 转化的三层好处：品牌/门店/员工
 - 如何制定转化策略

- 6. 门店业绩提升策略制定

【团队共创】 分析店铺的关键数据，找出提升店铺业绩的提升引擎

【课堂练习】 根据指标变量制定门店业绩提升策略

【实用工具】 《店铺业绩数据诊断表》《业绩关键因子拆分表》

【理论模型】 《SPIN 法则》《AIDA 模型》

课程总结

回顾课程核心内容，巩固学习成果，分享个人心得与收获，规划后续行动计划，确保知识与技能的长期应用与持续发展。