

# “颠覆营销，实现业绩最大化” 超市专业技能培训纪实

8月9日，由新合作集团和中国日用杂品流通协会联合主办、新合作常客隆公司承办的“颠覆营销，实现业绩最大化”超市专业技能培训在常熟圆满结束。短短的4天时间里，学员们通过理论培训、问题讨论、交流分享、现场参观等多种学习方式，收获满满，纷纷反馈不虚此行，并希望能够多举办这样高质量的培训班。

在中国日杂流通协会常务副会长、新合作集团副总裁、新合作常客隆公司董事长包乾申的关心支持下，将本次培训内容确定为“新消费时代蔬果业绩与客户提升之道”，并邀请超市周刊零售研究中心特聘专业老师授课。

生鲜商品是所有商品中培养顾客忠诚度作用最强的品类，能够帮助社区超市形成稳定的顾客群体，生鲜经营已成为零售企业的核心发力点。然而，只做好生鲜方面的提升是远远不够的，因为生鲜毛利低、投资大、风险大，再加上商业竞争趋于饱和，每个门店的客流相对变化不大，所以提升客单也是我们零售企业转型升级的另一个重点。

6日至7日，特聘讲师李谊利用两天时间做了题为“新消费时代蔬果业绩提升之道”的专业授课，主要讲解了蔬果专业的基础知识、超市卖场实用蔬果管理方法和技巧、WIBI标准的概念及应用、蔬果区的后场管理标准及样本、蔬果利润中心的建立等五个方面的内容。

8日至9日，特聘讲师孟凡昌做了题为“客单提升更

是我们今后努力的方向。”  
 ——张家口新合作学员张正平

此次理论联系实际的培训，对大家触动很大，纷纷发表感想、感言，现将部分学员的感想刊登如下：  
 “此次培训让我掌握了系统的生鲜运营专业知识，一是明确自身生鲜的定位，进一步完善采购制度。生鲜的定位包括对消费群体思路的转变和竞争对手的确立，明确生鲜的发展目标，打造自身的生鲜优势。二是加强收货验收的验收标准，狠抓仓储管理的工作落实。保证生鲜果蔬质优，严格仓储管理，避免货物非销售性损耗。三是加强菜品知识学习，开发全新思维。在硬件条件不改变的情况下，调整和扩散员工思路，在净菜加工的精细度、观赏性以及货品陈列的创新性上进一步寻求突破，最大化的从质量和感官上吸引顾客的目光。”  
 ——泰山新合作学员张国峰

“从顾客的角度上看生鲜，归纳起来主要是体现在质量、价格、服务三大方面。质量是生鲜经营的“命脉”，要提供给顾客新鲜卫生的好商品，包括深层次的“卫生”，要经过严格地验货、收货，分类存放、先进先出，控制好商品的鲜度与品质。“天天低价”，保持对竞争对手的价格优势，以低廉合理的市场价格，强有力的促销来吸引大量客流前来消费，是我们生鲜经营的基本思路。注重服务，为顾客提供适宜的购物环境和便利的服务设施以及专业化导购服务。”  
 ——山东新合作学员东李美景

“我意识到了我们在经营生鲜方面还不够专业化和流程化。我明白了，生鲜经营要从采购、陈列、促销、仓储、损耗、盘点等各个环节中做好专业化的精细管理。”  
 ——兖州新合作学员张芳

“学习后，我认为我们需要及时改进的有生鲜的采购、验收、仓储、分拣、单品管理、陈列、促销、损耗的控制、盘点等一系列的工作流程；以量取利、分级销售、以质取价

是我们今后努力的方向。”  
 ——张家口新合作学员张正平

“分组讨论环节，让我们彼此学到了很多东西，比如常客隆胡店长库存天数的控制，有效的盘活了现金流；西安采购分享的定期对小分类分析，根据数据有效的对卖场商品及排面进行调整等。”  
 ——河南新合作学员何娜

“风趣幽默的孟凡昌老师，为我们诠释了零售业销售管理的灵活性和多样性，一是随着诸多网络购物节和洋节在中国的流行以及高端消费群体逐渐年轻化，要跟上时代的节奏，将网络销售的灵活性和多样性，融入到实体经营中。二是转变思维定向，做好淡季销售日的活动策划。发挥好会员日和特卖会的作用，同时将微信推广作为重要的宣传手段。三是利用多样化的促销形式，满足不同消费群体的需求。增强实体店的体验式服务，对促销爆款、换购和赠品进行更好地造势，注重组合式量贩装的销售。四是做好数据分析，通过数据分析及时发现进、销、存各个环节存在的问题，有计划性的做好后期经营工作。”  
 ——泰山新合作学员张亮

“现在我才发现我们对日常基础工作重视不够，很多都是流于形式，因为都想通过促销来提升业绩，因此造成卖场在现场管理、商品异常处理、库存周转等方面得不到有效控制。”  
 ——新合作常客隆学员胡斌

“我们已进入到了一个新消费时代，需要掌握消费客群的新需求；组合营销、量贩装的促销、微信朋友圈的扫码推进、返券增券等营



中国日杂流通协会常务副会长、新合作集团副总裁、新合作常客隆公司董事长包乾申，中国日杂流通协会秘书长张志强，新合作集团党委委员、人力资源部总经理李凤兰，新合作常客隆公司总经理陶榕参加培训。



新合作系统内外共有120余人参加此次培训，包括企业高管、店长和基层优秀员工。

高效——升级实战大揭秘”的专业授课，主要讲解了业绩提升的金点子、销售毛利双提升的好方法、门店现场爆发的好技术等三大方面的内容。

课堂上，学员们认真听讲、积极思考，热烈回应探讨老师不时抛出的问题，晚自习时间，班委会组织大家就白天的授课内容进行专题讨论，主要包括“用什么方法提升门店的盈利水平”、“有哪些方法可以降低生鲜损耗”、“受市场经济下行，电商分割，竞争加剧影响，很多大卖场租赁、百货联营纷纷撤场，我们该怎么办”，同时，学员们也对各自在提升经营业绩方面的具体做法进行了分享，比如，“门店海报执行流程以及提升海报商品经营业绩的方法有哪些”、“经营指标分解”等。

授课结束后，培训班还举行了毕业典礼，为学员们颁发了毕业证书。优秀学员代表发表了感言演讲。

优秀学员代表何娜说：“这几天的学习内容非常丰富，知识量很大，都是我们在日常工作中经常会遇到的问题。有些具有创意的工作在这之前是想都不敢想的，就算偶尔有这样的想法也是不敢做尝试的，这次经过老师的答疑解惑确定了心中的想法，回去以后我会将自己这几天学习的内容和同事认真地分享讨论，切实地运用到工作中，真正实现门店的变化。”



优秀学员代表张芳说：“这次学习给了我们更多的经验和信心，让我明白了即便是在这样一个竞争激烈市场下行的艰难阶段，只要有信心、想办法、肯努力，我们依然可以

销方法丰富了我们只有降价和发DM海报等一些常规的促销形式；另外会员制的营销每月18号全场打折日和每周三惠生活日也是非常具有冲击力的营销手段。

——兖州新合作学员张芳  
 “我学习到了商品选择四维分析法、海报倒推分析法和运用数据选品技术法等非常有用的专业知识，以及营销的几种方法。”

——山东新合作学员李霞  
 “各公司在一起分享的2016年上半年在营运和管理中的亮点案例，给我影响深刻，也受益匪浅。一些实实在在的问题，听了各公司的解决案例，给了我们许多工作的启发。”

——平顶山新合作学员张宝桃

找到更多更好的提升销售业绩的办法。我们兖州新合作公司也正进入发展缓慢、不进则退的瓶颈期，在参观完新合作常客隆和星光天地，听取了十几家兄弟公司的经验座谈会之后，我更深刻地认识到：我们欠缺的是与时俱进的思路；欠缺的是勇于改变，积极改变的决心；欠缺的更是专业化的营销方法和颠覆性的营销思路，通过这次学习找到了差距也明确了今后努力的方向。回去以后，我一定会将学到的知识认真地传授到下面各个经营单位的业务层面，指导大家学会运用一些新的营销方法和表格式管理手段。”