

销售业绩提升报告(精选5篇)

报告在传达信息、分析问题和提出建议方面发挥着重要作用。报告帮助人们了解特定问题或情况，并提供解决方案或建议。以下是我为大家搜集的报告范文，仅供参考，一起来看看吧

销售业绩提升报告篇一

一、商品陈列：

- 1、中高档、超高档商品一定要陈列，而且要陈列出效果，凸显档次与形象。
- 2、团购礼盒集中陈列，可以在橱窗或显眼的地方。并做好其他的堆头陈列。店内每天都有堆头陈列。
- 3、一年四季，床上都是很饱满的陈列形象。
- 4、陈列或悬挂物件时注重视觉习惯。
- 5、四件套的枕套陈列时注意方向，将有标签的一面向内。
- 6、pop与宣传资料保持平整，如有损坏立即更换
- 7、价格字码要标贴在包装上的同一位置。
- 8、尽量让顾客自己能看到产品的价格。
- 9、资料架摆放在顾客容易看到易取阅的地方，资料集中整齐摆放。
- 10、每天站在店外面观察5分钟，找出至少五条需要改进的地方。

二、店堂卫生：

- 11、收银台必须保持整洁卫生的形象，坚绝不放杂物。
- 12、做卫生时不要忘记内外墙面卫生、门前卫生、灯箱表面等处。
- 13、产品包装上如有脏污及时处理。
- 14、卫生间是体现卫生细节方面的重要方面，需高度重视。
- 15、卫生工具及杂物应该不出现在店堂内。千岛湖

三、日堂营业过程

- 16、营业人员的服装必须统一，佩带工牌。服装保持整洁，应该淘汰时立即更换新衣。
- 17、营业人员的发型尽量统一，尽量不染发，尽量是短发。
- 18□营业人员没有顾客时该做什么，店长要督促。
- 19、晨会必须召开，调动团队一天的工作状态，明确当天的工作安排与目标。晨会上对导购员只表扬不批评；合适时间批评时指出问题但不点名。
- 20、利用交接班时间换陈列产品。
- 21、新品到，以最快的速度陈列出来，
- 22、示范产品时，尽可能让顾客触摸。但不盲目展示，要充分了解顾客的想法。
- 23、高档产品，带白手套展示，更显产品尊贵价值

24、顾客离开后再整理拆开展示的样品。

25、顾客不要拆，我们也要拆了再说。

26、介绍产品时注意：

(1)、熟知库存情况，根据现有库存进行推荐。

(2)、了解店内所有促销推广活动

(3)、熟知产品知识，提出专业意见，体现与竞品的差异性。

(4)、对专卖店布局了如指掌，正确引导顾客至所需要的产品陈列区域。

(5)、采用fab介绍法进行介绍。

(6)、优点要逐条讲解，加深顾客印象。

28、亲和力可以迅速拉近与顾客的心理距离。亲和力建立的技巧与方法：情绪同步；语调、语速同步；生理状态同步；语言文字同步。

29、商场送货不好，要赶快成交。

30、保健枕到医院销售，给医生回扣。

31、亲切服务五个基本要点：

(1)微笑是服务的开始：顾客从表情上就可以读出我们的内心；微笑使自己健康。请用眼睛和嘴创造迷人的微笑吧。

(2)打招呼是内心的.外在表现：打招呼是对顾客欢迎和尊敬的表示。

(3)语言是表现心灵的窗口：比如不要用指使语气，用祈使口吻。请到这边来——请到这边来，好吗？比如接听电话时，顾客用你的声音可以感觉得到你的姿态和语气。待顾客挂断电话后，轻轻挂断电话恭敬的姿态可赢得顾客的信赖。站在顾客方便的方向。容貌和服装可以体现一个人的人格与教养。适合业务的着装整体上要协调。

32、尊重顾客，就顾客感兴趣的话题一定要发挥。

如：顾客讲到儿子考上大学，我们一定要恭喜他，为他高兴而不是问：“这件行吗？”

33、导购员的正确站位跑位：把顾客赶到更多货区，延长顾客的停留时间。

比如：引导顾客看商品，站在顾客侧前方2—3步；跟随顾客选商品，站在顾客后侧5步；向顾客介绍商品，站在顾客侧面45度，在顾客的视线范围内。

销售业绩提升报告篇二

业绩的好与坏是影响整个店铺是否能够继续运营下去的一个关键点，那么如何让店铺的业绩有所提升呢？下面是店铺业绩提升计划书。欢迎大家参阅。

价格是销售的利器

价格折扣：

方案1：一刻千金——让顾客蜂拥而至

例：超市“10分钟内所有货品1折”，客户抢购的是有限的，但客流却带来无限的商机。

方案2：超值一元——舍小取大的促销策略

例：“几款价值10元以上的货品以超值一元的活动参加促销”，虽然这几款货品看起来是亏本的，但吸引的顾客却可以以连带销售方式来销售，结果利润是反增不减的。

方案3：阶梯价格——让顾客自动着急

这个方案表面上看似“冒险”的方案，但因为抓住了顾客的心里，对于店铺来说，顾客是无限的，选择性也是很大的，这个顾客不来，那个顾客也会来。

方案4：降价加打折——给顾客双重实惠

例：“所有光顾本店购买商品的顾客满100元可减10元，并且还可以享受八折优惠”先降价再打折。100元若打6折，损失利润40元；但满100减10元再打8折，损失28元。但力度上双重的实惠会诱使更多的顾客销售。

会员促销：

方案5：退款促销——用时间积累出来的实惠

例：“购物50元基础上，顾客只要将前6年之内的购物小票送到店铺收银台，就可以按照促销比例兑换现金。6年一退的，退款比例100%；5年一退的，退款比例是75%；4年一退的，退款比例是50%……”。此方案赚的人气、时间、落差。

方案6：自主定价——强化推销的经营策略

例：5-10元间的货品让顾客定价，双方觉得合适就成交。此方案要注意一定先考虑好商品的价格的浮动范围。给顾客自主价的权利仅仅是一种吸引顾客的方式，这种权利也是相对的。顾客只能在店铺提供的价格范围内自由定价，这一点是

保证店铺不至于亏本的重要保障。

变相折扣：

方案7：账款规整——让顾客看到实在的实惠

例：55.60元只收55元。虽然看起来“大方”了些，但比打折还是有利润的。

方案8：多买多送——变相折扣

例：注意送的东西比如“参茸产品”可是是“参茸”也可以是“参茸酒”也可以是“参茸胶囊”。其实赠送的商品是灵活的。

方案9：组合销售——一次性的优惠

例：将同等属性的货品进行组合销售提高利润。

方案10：加量不加价——给顾客更多一点

例：加量不加价一定要让顾客看到实惠。

心理与情感促销

方案11：货比三家——顾客信任多一点

例：售前劝告“货比三家”提高客户的信任度。

方案12：档案管理——让顾客为之而感动

例：在特定的日子给顾客以短信礼品的问候打动顾客。

方案13：一点点往上加——让顾客喜欢上你

例：“多一点商铺”在承重时，拿的少一些，然后一点点往上加，这样顾客有种增加的感觉。顾客消费同样看重感觉哟。

店铺广告促销

方案14：现场效应——在现场为自己做广告

例：羽绒系列当场拆开衣服被褥让大家看内里的东西。卖点：眼见为实，口碑相传，邀请顾客体现互动行。

方案15：暗示效应——让顾客自以为是

例：饭店在大厅拜访名人的就餐照，暗示这家是名人常来光顾的店。卖点：提高店铺知名度，利用客户的心里漏洞。

方案16：对比效应——让顾客看到实际效果

例：洗车店门前放置一台没洗过的车和洗过的车来引起大家的关注。

媒体广告促销

方案17：“夸张效应”——吸引顾客的眼球

例：卖手表的放在水里卖。卖点：展示商品的质量，抓住顾客好奇心。

方案18：搭顺风车——借力取胜的捷径

例：在重大活动中做在前排争取露脸机会，提高曝光从而可以做宣传。

销售业绩提升报告篇三

1、了解追加销售的概念。

为了提高销售业绩，许多企业运用一种称为追加销售的技巧。基本上，追加销售是在顾客想要购买东西时，说服他或她购买额外的产品（或是不同的产品）。追加销售能提高企业销售量及增加盈利。

2、提供“升级”的机会。

如果有机会卖出150元的产品，为何只卖100元的产品呢？只要给顾客机会购买质量更好的相同产品，你就能轻松赚钱。为了让新产品更具吸引力，你也可以让顾客在购买“质量更好”的产品时，享有普通产品没有的特别折扣。

比如说，顾客想要购买21寸电视机，在他们付款时，你可以提供只需多付一些钱，就能升级成24寸电视机的机会。顾客可能接受也可能不吃这一套，但你也不会损失原本的生意（除非你逼得太紧而让顾客反感）。这个销售技巧通常不会让你亏钱。

3、提供“附加”品。

如果你可以卖出两个产品，不要只卖一个就感到满足。顾客买东西时，你可以提供另一个产品，以补充或加强他或她所买物品的功能。想要确保策略取得成功，你可推荐顾客需要用到的额外商品，让他或她能充分利用所买物品，比如某些选择性的配件。你甚至可以给第二个产品打折扣，让交易更具吸引力。

例如，如果顾客要买玩具，你可以运用追加销售技巧，向他推荐一包电池。如果他或她要买打印机，你可以推荐一组折扣10元的墨盒。

4、提供相关服务和计划。

当顾客购买东西时，你可提供选择性的服务或计划。这也是

多赚一些钱的追加销售技巧。你可以建议顾客获取选择性的保修、保护计划和订购与顾客所购产品相关的服务或出版物。这些建议让你获得更多利润。

例如，如果你向顾客销售汽车，可推出优惠配套，为汽车自身生产缺陷所引起的问题提供保修。

5、在收银处附近放一些便宜的小物品。

把一些让人有购买冲动的小物品放在收银处附近（收银机、结帐队伍附近等）。这是企业经常使用的一种“被动”追加销售技巧。由于这些小物品相当便宜，能让人们立刻得到满足感，所以顾客通常不介意购买它们。久而久之，这些小小的盈利会积少成多。

你也许注意到杂货店经常使用这个追加销售技巧，在结帐处附近销售口香糖、糖果棒和饮料。

方法3：利用精明的商业策略提高销售业绩

1、让顾客在购买前先试用产品。

如果顾客能亲身体验产品的好处，他或她会更记得这个产品。如果可以，尽量给顾客免费体验或试用公司产品机会。当然，并非所有生意都适用这个方法，比如说你无法让顾客试用人寿保险单。但如果这个方法适用于你的生意，不妨认真考虑一下。

例如，如果你开杂货店，可让员工将新产品的样品分发给顾客。这方法也适合用在非食品行业，汽车经销店就经常善用这个做法，提供免费试驾汽车的机会，而且取得显著的效果。

2、让售货员展示产品的价值所在。

向顾客解释你的产品如何改善他们的日常生活，如果可以现场示范，那就更好了。你可以在展示过程中引起顾客的共鸣，从而提高销售业绩。你也可以指示售货员以推销手法解说热门产品的普遍用途，甚至是让他们亲自示范如何使用产品。

许多大型百货公司都会安排员工示范产品，向顾客展示如何使用电烤炉烹调食物、如何用蒸汽清洁器清理肮脏的地毯。

3、提供员工销售奖励。

最后，你可以给售货员奖励，让他们更有动力加倍努力。这个方法久经考验，能有效提高销售业绩。奖励销售业绩佳的职员，能最大限度提高公司销售力。你可以考虑给销售业绩佳的员工提供以下奖励：

佣金（职员每促成一宗交易后，可从销售额中抽取一小部分作为奖励）

制定报酬体系（例如，额外补假、礼品等）

升职

成就奖（例如，每月最佳职员等）

1. 如何从职场中提升自己
2. 如何提升自己的人脉
3. 销售人员如何提升自己
4. 在职场如何提升自己的技能
5. 职场菜鸟如何提升自己的价值
6. 职场新人如何快速提升

7. 如何提升说话技巧
8. 如何提升你的交际能力
9. 职场上如何提升个人价值
10. 女生如何提升“职场魅力”

销售业绩提升报告篇四

鞋业的发展出现了一个拐点，洗牌如大浪淘沙，数风流人物，还看今朝，强者生存关键在于是否能够挺过这个鞋业的冬天，而一些用专卖店试水多年的鞋企，最揪心的是单店的业绩如何提升的问题。

提高单店效率从数据和经营不振的原因分析开始，根据销售日报表的数据分析，发现某个店铺销售下滑，再列出下滑的各个层面原因，分清主次，再针对性地一一击破。比如店铺的销售成交率不高，那么就要先增强导购员的销售技巧；再如顾客进店率不高，那么我们就从品牌宣传、店铺形象、货品陈列、产品促销等方面入手。

种种原因笔者认为都是围绕营销中的“4p”展开的。（详见：单店业绩提升展开图，此略）

一、产品方面：即如何了解消费者的需求与欲望，

通过店铺标志性产品建立敏感点，标志性产品必须结合门店管理因素来满足单店业绩提升的需要，具体操作步骤如下：

- 1、根据货柜陈列面积，计算出店铺产品的出样数量、合理库存比；根据卖场面积的大小拟定最佳陈列方案，把卖场按几个货品分区，分析能陈列多少个sku（颜色）的鞋款（sku过多或者不足都是影响销售的前提，因此这项工作相当重要！

- 3、结合以往历史数据分析，合理规划新产品的性别比、系列比、类型比等；
- 4、参考竞争对手店铺的相关产品信息以及市场变化需求，再作对应调整；
- 5、结合当季市场流行趋势，合理规划新产品上市的色彩、材质、跟型、楦型等。

标志性产品的打造，对店铺的营销和服务提出了系统的要求。必须与其它因素整合运用，只有这样，才能把标志性产品作为打造品牌的利器，实现店铺创新快速成长。

二、价格方面：即如何让消费者愿意购买并付钱

一般鞋业竞争导向制定通路的价格体系；在细分的市场上实行完全不同的价格；薄利多销，利用购买力成本优势争夺客户。皮鞋终端零售定价一般是在供货价的基础上采取顺加率，这已经成为温州鞋对三、四级市场的价格攻略，在实际操作过程中，价格定位与品牌元素的市场等级要一致，错位了，那么许多管理问题将会单店经营的过程中尽显，这是值得预警的问题。

近几年，由于鞋业整个产业链的成本因素在上升，店铺的产品售价的空间却提升不够，这就更需要店铺提高单店业绩，隆升品牌的附加值，以适应成本上升所带来市场不振的环境。

现在鞋商喜欢跟风打折销售（除了处理尾货等情况外），甚至让顾客也养成了等待打折再购买的习惯，这虽然也会让消费者愿意购买并付钱，但从长期而言，鞋商也赚不了太多的钱，甚至亏损，更忽视了品牌的成长，品牌的成功就是品位抢占了顾客的心智，让顾客愿为产品的品位与安全买单，并用良好的服务来保证这一过程，这才是一定高度的营销成功。

三、渠道方面：即如何让消费者购买的更加便利

如何布局网点，如何根据店铺设置品类，以下三点可以借以参考：

1、根据不同目标消费群的需求选择好地点，设计出好的店面形象；

3、参考竞争对手店铺的位置以及属性等相关信息，

“品牌a型理论”认为（“a”取英文“approach”的首字）意即“接近”，“品牌a型理论”就是企业整合各种资源有效地“接近”顾客需求的整个经营活动，在这个过程中，不断实现品牌的提升和企业持续的发展。让顾客能从通路各个环节的“a”式管理中，享受到真正的良好服务。因此，渠道设置和终端布局需依消费者的需求而变化，只有在这个基础上，品牌鞋企，依势建立壁垒，凝聚人气，巩固顾客忠诚度，树立品牌美誉度。

四、促销方面：即如何为消费者服务更好更满意

大多数温州鞋的促销方式目前用得比较多的还是“买赠促销”，“综合促销”也只停留在常见的几种手段，这无疑说明了这些企业促销创新的能力远远不够。因此，促销时应注意如下几个方面：

4、强有力的终端市场推广（pop、dm、促销道具、促销活动等影响消费者购买欲望）

5、参考竞争对手的促销方式，并按照pdca循环进行总结分析。

结合以上4p的每个小点，采用市场调查/蹲点的方式关注单店（试点）的销售情况，再从成功的单店复制到其他卖场去，根据单个卖场不同的情况做合理的调整。

当然，一个单店的4p在温州是没有哪个企业全部做到让顾客满意，这是由中国的国情决定的，大多是4p中的往往某1p起了关键作用，如康奈过硬的产品服务，红蜻蜓的营销团队和终端管理，蜘蛛王的一线监察与培训，奥康的营销策划以及意尔康的支持服务体系，正是某一个亮点的放大不断地促成了他们终端单店业绩的成功，这些都必须根据企业的实际情况来定。但只有做好全部的4p企业才不会被淘汰，才能做大做强！

本文发表于《北京皮革》杂志，有删节部分。

作者简介：郑锦辉，主张破壁营销和a型品牌理论，鞋业自由策划人。王容，现为某集团营销公司产品规划主管，曾供职国内某知名女鞋公司，有较丰富的鞋业实战经验。

欢迎与作者探讨您的观点和看法，电子邮件cn3steps@

关于作者：

销售业绩提升报告篇五

如何提升ka单店销量，我们觉得在提升ka门店销量时，不能盲目的进行资源投入，一味的贪大求全，而必须结合我们自身的实际资源状况，运用二八原则，集中我们内部优势资源进行重点门店投放，同时利用各种渠道尽可能多的获取ka门店的稀缺资源，通过我们业务人员对ka资源的全面利用，有效提高产品在ka系统内的单店销量。

我们于2003年9月未进入乐购的，现在与乐购已建立了良好的客情关系。因此，我们在乐购取得了很好的销售业绩，我们的成功来自于：有效提高产品在乐购系统内的单店销量，并且用耐心等待，无限付出。对于乐购我们是用心去做的，并

付出了很多，俗话说：“没有付出就没有所得”，但我们也没有想到会得到什么，只想通过终端卖场来验证我们的销量。我们始终坚信一点，那就是：只有用心去做，用心去对待别人，别人才会用心对待你，你才会有所得，其实做生意也正如做人一样。

有的放矢，箭不虚发

不是所有的ka门店都能够为我们带来好的销售业绩。不同的区域、不同的系统、不同的门店所产生的销量大不相同。因此，我们在选择乐购门店时，都必须事先对乐购门店进行深入研究，对当地的消费习惯、门店所处的地理位置、门店的人流量、门店内同类产品的竞争情况等信息进行深入分析，找到最适合我们产品销量的门店，根据二八原则：80%的销量来自于20%的ka终端门店，所以我们必须找出这20%的终端门店，作为终端销售的重点门店，例如：乐购铁西店，刚开业不久，所处的位置也较偏，人流量很少，这样的门店我们当然不能将之列为重点门店了。

吸引消费者眼球

在获得这些稀缺资源后，我们通过科学、全面、有效的利用这些稀缺资源，以此吸引消费者的眼球。我们主要通过以下几个方面来吸引消费者眼球的：

集中陈列。我们在乐购门店内的产品都尽可能的在货架上陈列在一起，以达到最佳的视觉效果，吸引消费者的注意。我们利用集中陈列的强大视觉冲击，为我们带来了极高的产品销量。

多点陈列。就是在不同的货架中摆放相同的产品，提高产品与消费者的见面率，增加消费者购买机率。因为消费者在购物时需要对同类的产品进行对比，他们不会在第一眼看到这个产品时就决定买下它，而大部分的产品也不太可能让消费

者有足够的兴趣再回头来购买，多点陈列的方式让产品多了一些销售出去的机会。为此，我们经常不仅在架列上有卖，同时还在多个堆头上销售，这样就提高了产品与消费者的见面率。

端架和堆头。这是两种ka门店内常用的特殊陈列方式，这两种方式通常与特价或dm同时应用，这两种陈列方式能在短时间内吸引人气，大幅提高产品的销售额。但是我们在运用这些陈列方式时也要注意，产品陈列的位置一定要在ka门店的主干道上，如果放在人迹罕至的角落，那我们购买堆头、端架的钱就打水漂了。

活化终端。就是要利用一切手段将产品销售的区域进行包装，使产品非常生动的展示在消费者眼前。在乐购门店中，我们通常在通道、电梯、出入口、收银台、服务台、存包处等都尽可能地粘贴促销海报、箭引地贴和吊旗。

气氛营造。在对ka门店进行促销时，如果现场气氛营造得好，不仅能刺激固定消费者的购买需求，同时也能激起潜在消费者的购买需求。产品的信息通过人的视觉、听觉、触觉进行传达，从而使消费者产生购买欲望。为此，我们每次在乐购门店进行促销活动时，都是通过dm海报、广告等方式事先告知消费者，然后在门店内的显著位置张贴促销广告，并且促销产品都以特殊陈列的方式出现在门店人流量较大的通道内，堆头用围幔装饰，端架上贴产品海报pop位置显著、信息清晰，这样全方位的包装有效地烘托了促销的气氛。当然，这些气氛营造的方法并不是每次促销都全部用完，而是选取有效的进行使用。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

[点击下载文档](#)

[搜索文档](#)