

## 场馆营销

一、

1、管理者（自信层面问题）（人尽其能问题）

2、经营者（场馆方向问题）（持续赚钱）

二、

1、坪效：1 年、300 万/300 平米

2、人效：1 年 300 万/15 人

三、

单课时增加人数（300 m<sup>2</sup>-600 m<sup>2</sup>的场馆坪效最高）

例：300 m<sup>2</sup>场馆、3 间教室、每个班级 10 位学员、

周一至周五（每天每个教室 2 节，三间教室共 6 节）\*五天 = 30 节

周六至周日（每天每间教室 5 节、三间教室共 15 节）\*2 天 = 30 节

共计 60 节

四、如何将 200 人的运动馆增至 600 人

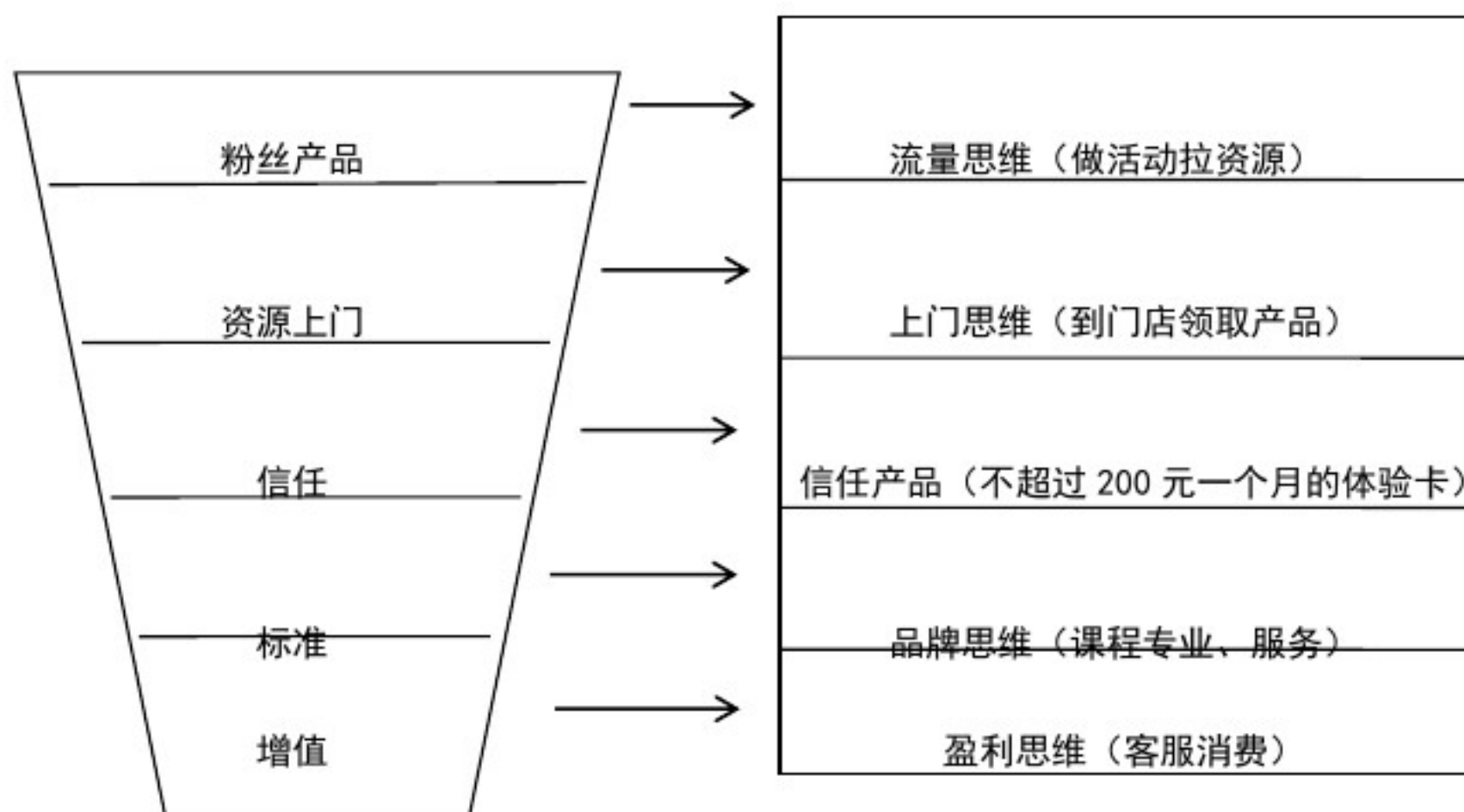
半年之内装满运动馆才可盈利

1、产品设计

2、招生方案

产品设计 { 1、1 对 1 谈大单，1 对多谈小单（走量）  
2、300 元上一个月的体验课（引流）之后转化（年卡或半年卡）  
（可加入增至服务）

## 漏斗式营销方案及设计



---

场馆装修时间，为期 1 个月的预售期

装满方式一：建立漏斗式产品装满运动馆

装满方式二：设计软招生方案

装满方式上：建立转介绍机制、建立转介绍平台

## 8421 法则：

80%到店、40%转介绍、20%员工流失、10%增值服务

## 8263 法则：

800 个资源、200 个订金、60%到店、30%转化

五、

自动招生方案、家长自动上门

- 1、 {
- ① 朋友圈造势，转发信息、到店领取礼品
  - ②到店领取礼品之后，+20 元可上一节体验课+做一次体侧

### 2、1 元图书馆招生法

幼儿园门口（1 元买花，填资料）

发祝福给孩子家长

刮刮乐送玩具（到店领取）

装修不要超过三个颜色

不要脱鞋

选址了解幼儿园收费标准等

---

## 场馆人员配置（2 个教室）

### 方案一

教练 4 人（教室二倍），顾问 2 人（教室一倍），前台 1 人，行政 1 人，市场专员 1 人（做市场宣传、推广）。

### 方案二

教练员 5-6 人（2.5-3 倍），顾问 4 人（教室 2 倍）前台，市场专员由顾问兼，店长由教练兼。

新场馆，不限定次数卡，可随便上。

招生：

名单、打电话、邀约、短信、体验课、爱上老师、试读。

招人：

招聘信、简历、打电话、邀请、短信、面试、爱上校长、学校、试用。

运动是最好的挫折教育，在不断的失败中获得成功。

### 销售团队

#### 1、先有团队

#### 2、招聘

(1) 赞对方某个领域比较优秀

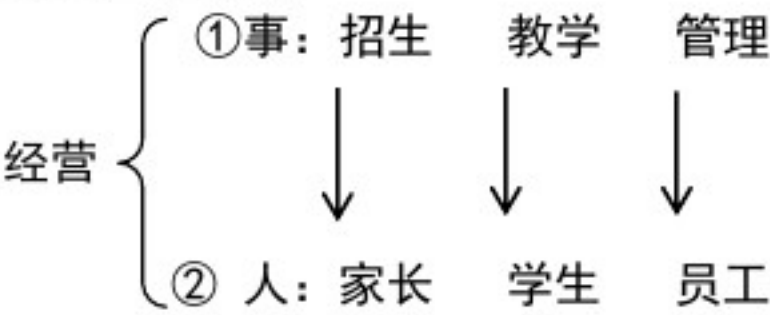
(2) 本单位需要这样的人才

(3) 现场要以礼相待

(4) 送走只有以短信形式通知面试成功

# 组织人才 KDI

## 经营三大法宝



## 预售：

20 人团队，收集信息，介绍场馆功能，关注二维码，留资料，收定金 100 可退（报名时订金 100 顶 500-1000）

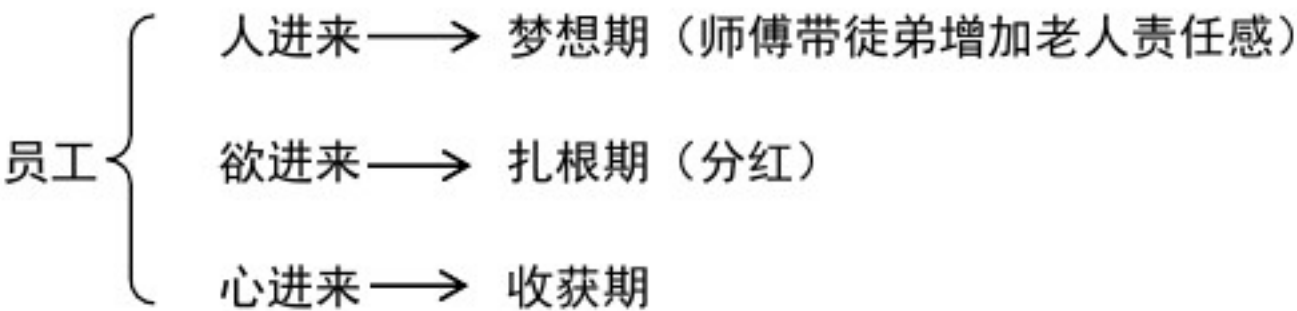
（可提供家长助教体验）

③经营孩子：分班、96 节课/年、永远有效、

课表要公布，外部展示（家长可以看到）满员标记，把孩子按照课程时间分群（每个群配置一个教练、一个顾问）服务小群，有问题内部解决。

针对 会员 出勤率 高的，设置奖励机制。

国王与天使的游戏，一个学期之后 让天使给国王写信。（家长会备用刺激家长缴费）



# 大流程

周二	
	上周客服分析会
	招生总结及本周目标分解
	学校门口派单
	团队游戏活动
	上周教学总结及研讨
	散步小区周围派单 10 份
	微信群今日感动（成长）分享

周三	
	早会及昨日感动分享
	课堂续费技巧培训
	教学服务话术演练
	电话服务拨打
	派收单话术演练
	学校门口派单
	周茶话会活动
	电话服务的拨打
	微信群今日感动（成长）分享

建立细化管理、让管理变得简单

- 做什么
- {

1、简单化  
2、极致化  
3、复制化  
4、高效化  
5、结果化

- 员工工作设计
- {

以周为单位  
每天安排工作

## 每个时间段

- 1、每天一个总结会议（上班时） 12:30 上班（下达目标）
- 2、每天一个检查会议 15:00（中间）
- 3、去递推回来总结会议 17:00
- 4、总结一天的会议 20:00

上班前总教练要介绍本次课程的内容  
对家长的要求，家长要配合

## 建立小流程

招生基本训练之 邀约流程

- 一、  
每周 周五 下午 14:00-14:30  
每次不少于 30 分钟
- 二、组织与参与  
组织：执行店长  
参与：全员
- 三、流程与要求
  - 1、排座位：强弱搭档、两两配对
  - 2、熟悉话术：两两互练 1 遍、目的是熟悉话术
  - 3、上台展示：抽 2 名较强者上台展示，目的是展示标准流程及话术
  - 4、分享：抽新人，课程顾问或业务能力较差的 2 名来分享，“你从中学到了什么”
  - 5、互练：再次进行两两互练（每人各 2 遍共 4 遍）
  - 6、上台演练：继续抽取 1 对上台进行演练（本着强带弱的原则，并均进行角色互换）
  - 7、点评：演练完自信店长马上进行点评（2 个有点 2 个确定）
  - 8、再次上台演练：再抽取 1 对比较一般的顾问上台进行演练
  - 9、点评：每演练完 1 对进行点评（同 7）
  - 10、再次互练：再次两两互练 2 遍（每人各 2 遍共 4 遍）
  - 11、结束：执行店长总结后 结束演练
- 四、员工问题怎么解决
  - 1、工资达到极限员工还不满意
  - 2、没能力的员工天天混日子，有能力的员工想出去单干。
  - 3、年年招聘培训新人，却留不住人，尤其留不住能人
  - 4、员工人数逐渐增多，但效率很低，运动馆靠店长独自支撑，员工无人分忧。
  - 5、团队小，无发展。团队大发展难。
  - 6、店长只要一天不到店，管理混乱。

## KDI 绩效考核制度

绩效管理      =      绩效考核  
↓                      ↓

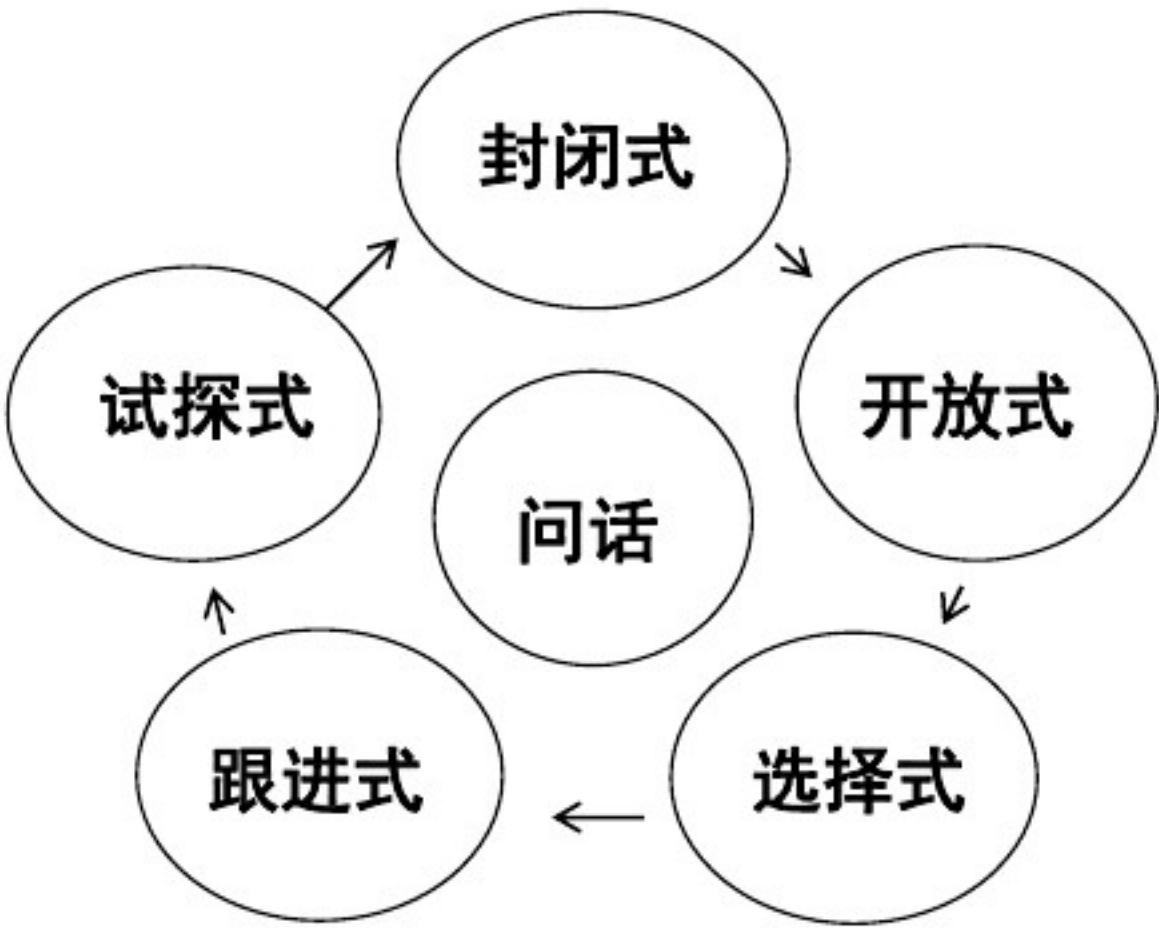
福利（加分） 惩罚（减分）  
1、业绩。2、制度考核，考勤。

高效率的店内转化流程

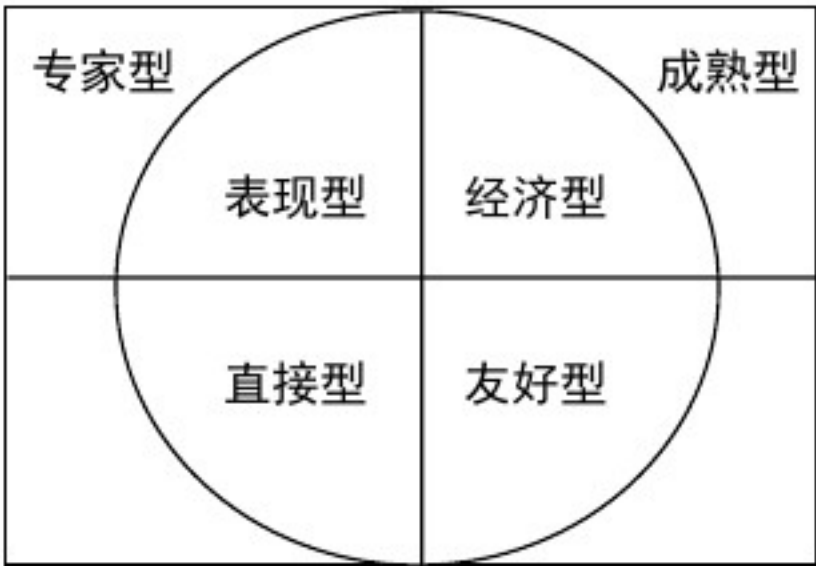
电话邀约→接待→GFP→内场参观→体验课→保价→解决抗拒点→成单

- 1、电话（资源）
- 2、接待（体验学生贴标签）
- 3、GFP（1、问卷调查设计，2、问话方式的使用，3、人物性格归类分析，4、准客户的判断）

解析：  
问：无压力的问题（家庭住址、孩子年龄等）  
问：孩子幼儿园，是否有其他兴趣班，是否有冲突的培训班。



四种类型客户的应付





经济型：精打细算（合算）（帮忙算）

友好型：很和善、很配合、就是不买

直接型：很直接，直接问价格（直接逼单）

表现型：突出自己（捧高-逼单）

让其感觉亏欠你的

准客户的四个条件

- 需求

时间

决定权

购买能力
- 1、问问题，沟通，让家长回忆自己孩子不足的地方

2、时间：一定要提前沟通出是否有时间上课，不要让家长成为拒单的理由。

3、决定权：问其是否能做主

4、观察家长 车，手，包，穿着，发掘是否有购买能力

推单流程

FABE 法则



- 1、产品特征：介绍产品

2、卖点好处：产品的好处

3、客户利益：不单纯是金钱的利益（优惠）、主要转化客户的需求、介绍场馆。

4、举例证明：成功案例

- 先体验课然后做体质检测
- 1、体验课未成单

2、邀约体测促单（体测必须有）



## 抗拒点处理的五步

倾听 → 表示理解 → 鼓励问题 → 解决问题 → 重燃热情

刷卡还是现金来验证是否能定单，单方面确定。

## 网络营销

小礼物赠送, 然后利用家长朋友圈宣传, 到运动馆领取礼品。

1、营销需要平台：QQ、微信、网站、贴吧等

2、全网营销的特点：成本低廉，几乎零成本

全员联动，人人均可操作；

省时省心，随时随地招生；

前期见效慢，后期井喷；

运用到大数据思维。

3、找圈子→进圈子→转圈子→护圈子→出圈子

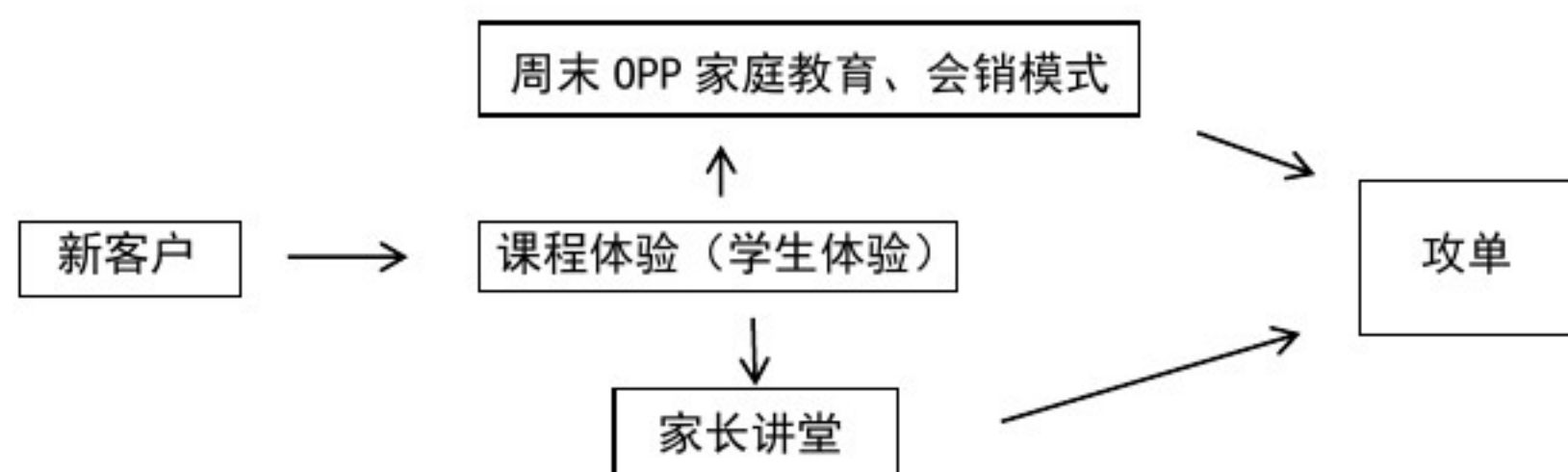
## 会场销售

1、家庭教育讲座

2、周末 OPP（机会）

3、服务、缴费、招生、推产品（递进计划）

4、口碑



## 预售：

1、前十天做预售、积累资源

2、送礼品到店领取（+20 元送 2 节体验课）

- 
- 3、开业当天做集赞活动、砸金蛋、送礼品（前三名集赞赠有吸引力礼品）  
（金蛋内包含抵用卷、课时包等等）  
（5折开业、6折开做，转介绍送现金）