

跳出圈外卖小电-高客单高增长

个人简历

姓名：李天义

上年度：阜新兴隆大家庭电器生活广场小家电部

新年度：阜新兴隆大家庭电器生活广场小家电部

年龄：34岁

婚育：未婚

学历：大专

6月20日考试成绩：239分

毕业院校：辽宁工程技术大学

入企时间：2012.07

对应总部职务：副科长

家族级别：无

获得英雄情况：无

入企前工作经历：

2006年-2012年 北京金隅集团水泥分公司

入企后工作经历：

2012.07-2014.06 家电商场电视音响部 联销员

2014.07-2014.11 家电商场数码部 组长

2014.12-2015.06 家电商场小家电 部助理

2015.07至今 电器生活广场小家电部 部经理

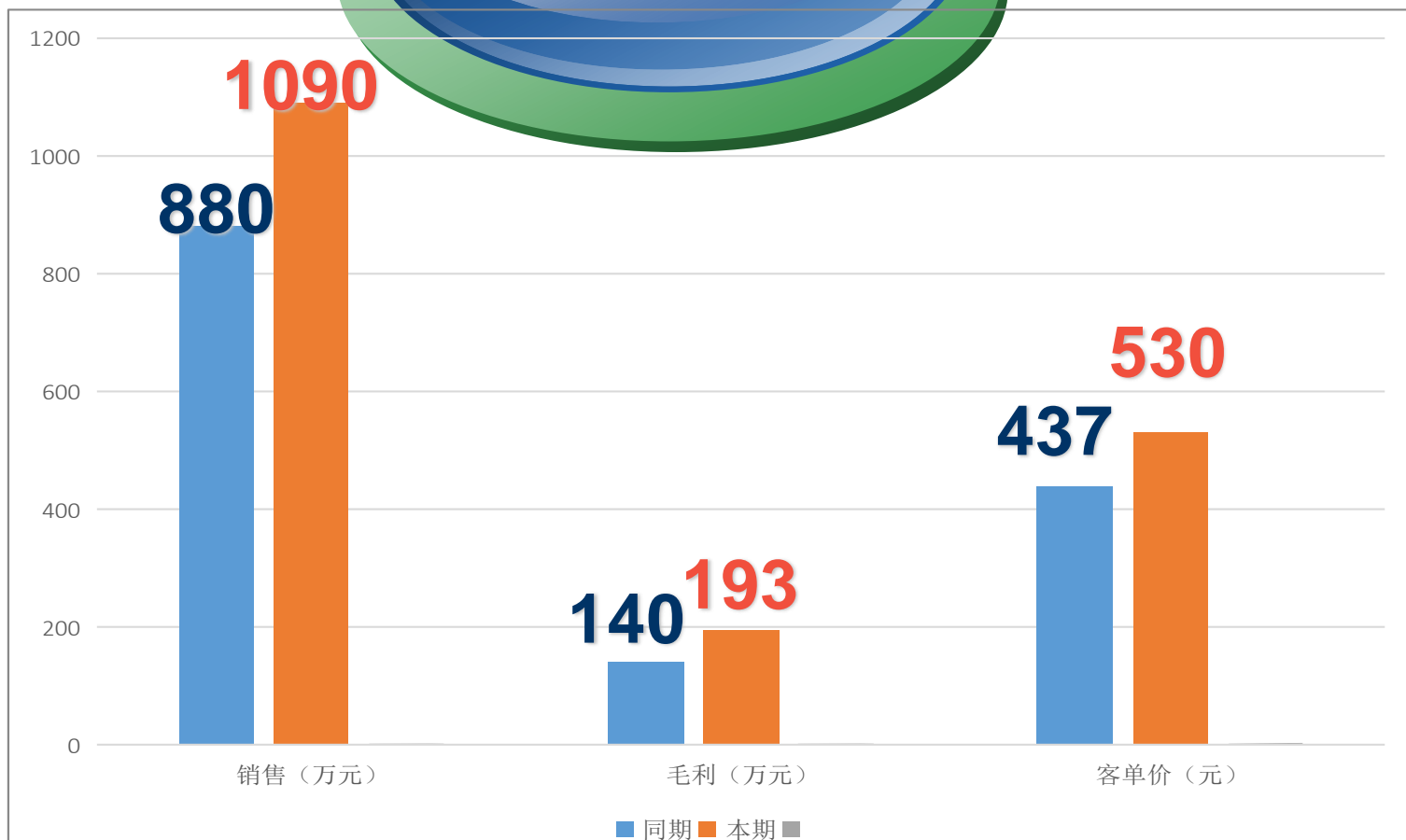
特长：篮球 阅读

爱好：军事知识 汽车知识



2015-2016年度销售业绩

15-16年度全年业绩
销售同比增长24%
毛利率本期17.7%同期16.1%



内容概述

1

调研

2

分析

3

培训

4

收获

5

新年度

1 调研

通过走市场，分析部门数据，确定全年的客单价提升的**20%目标**。（新玛特客单价**450**，兴隆客单价**410**），我们增长有空间

如：美的小电柜组日销**4800元**，新玛特**799元以上**商品销售占比**40%**，兴隆**25%**，我们的低客单商品占比过高

商场	客单价	价位段	占比	价位段	占比
新玛特	450	99-399元	20%	899元以上	40%
兴隆	410	99-399元	35%	899元以上	25%

2分析

结合人口流动性低的特点，给员工提升卖高客单价商品的信心。

阜新城市人口**190万**，市区**80万**，常住人口**180万**，流动性人口**10万**。家庭**65万户**，其中三口之家占比**50%**，五口之家占比**30%**，还有部分去父母家蹭饭吃的家庭。

通过以上分析可以看出高端小电对于一个家庭的重要性

3培训

通过培训让员工会卖敢卖高客单价商品

如何做到-----

1、调整陈列 把低价商品数量减少，位置放到靠边或靠下的位置，主陈列面增加中高价位段商品。

2、心态调整 结合自己卖大电的经验给员工培训换个角度销售，跳出圈外去看顾客需求

陈列阵型			
商场	99-399元	400-799元	800元以上
新玛特	2	4	4
兴隆调整前	3	4	3
兴隆调整后	2	5	3

4收获

15年8月份安吉尔一场净水活动销售7万元，14年同期净水销售1.5万当月部门净水销售12万同比增长700%安吉尔高销给整个部门净水器销售带来了拉动作用。

说明阜新净水器与空净市场的潜力非常大。

9月份九阳活动3天销售14万，占比九阳全年销售近10%。

品牌活动带来的不单是品牌销售的增长，更是能带动品类增长的一个大推动力

5新年度

新年度在客单价提高的同时，通过安吉尔与九阳的活动给部门与厂商带来信心，**要多做空净，高端智能小电的推广与活动**

Thank You !