

好内容

把门店真实能力，持续变成本地客户看得懂、愿意问的内容。

内容先建立信任
再把客户带到私域

看场景 · 选工具 · 做动作 · 出结果





业务员按五步带店用工具，不需要重新备一套课

每个知识点都必须落到学员知道什么时候用、怎么用、用完怎么复查。

01 讲

用门店听得懂的话讲清一个标准

02 问

先问现状和难点，让学员参与

03 示

业务员或优秀员工完整示范一次

04 练

店长、营业员分角色练习并互评

05 填

打开对应表单，录入真实动作和下一步

带训：开场就说明今天不只听课，结束前每个人必须完成一次演练和一张真实表单。



开课前准备齐四样，现场就不会讲成空话

建议业务员提前1天向店长收集资料，并确认参训人员。

本店数据

最近4周客资、成交、交付或经营数据

真实案例

准备1个成功案例和1个问题案例

表单工具包

整包解压，保持课件与Excel目录不变

演练分组

3人一组：执行人、客户、观察员

带训：资料不齐也可以开课，但演练必须使用本店真实产品、客户或项目。

建议按这个流程完成一场门店训练

建议120—150分钟完成；不要连续讲满全程。

环节	业务员动作	学员交付
破冰与目标	说清本课要解决的门店问题	说出自己当前最大难点
标准讲解	每页只讲一个结论并提问	能用自己的话复述
业务示范	按标准完整做一遍	记录关键步骤
分组演练	观察、纠偏、让学员重做	完成一次角色演练
工具操作	打开对应工具并看第4—5行范例	第6行录入一条真实数据
考核带店	评分并布置7天任务	明确责任人和完成日期

带训：讲解时间不超过一半，至少留出40%的时间用于演练、填表和点评。

点击课件里的绿色按钮，就能打开对应执行表

为保证链接有效，请把完整ZIP解压后使用，不要单独移动PPT或Excel。

- 01 整包解压**
保留“02-七大模块培训课件”和“03-执行表单”目录
- 02 点击按钮**
在相关知识页或表单目录页点击“打开Fxx表单”
- 03 先看范例**
Excel第4—5行为虚构填写范本
- 04 现场实填**
从第6行填写本店真实客户、项目或经营数据
- 05 保存副本**
门店按日期另存，保留培训前后变化

带训：现场先点击测试；若Excel打开后未自动跳转，直接点击对应的Fxx工作表标签。



这套课的目的，是让门店每天照着做

不要求门店背概念；只要求把动作、责任、表单和复查做实。

先把动作说清

员工知道先做什么、做到什么程度、留下什么记录

每天有人检查

店长用晨夕会和看板看客户、订单、交付和当天卡点

问题当天处理

先回应客户，再定责任、时间和复查；重复问题再改标准

带训：让学员各选一个本店最薄弱的动作，写到F39作为本周改善题。

[打开 F39 A3问题改善单 →](#)

好内容每天、每周、每月怎么跑

经销商门店团队精简，更需要短会和固定节奏，避免所有问题都等老板处理。

节奏	固定动作
每日	完成当天内容；评论私信按门店SLA承接；更新看板
每周	复盘发布量、有效咨询、私域承接；只改一个变量
每月	按平台去留、栏目胜率和客户问题更新选题池

带训：现场把三个节奏写进店长日历，明确谁主持、看什么、产出什么。

用红黄绿管理异常：绿色复制，黄色纠偏，红色升级

阈值先用建议值，连续四周稳定后再按门店基线调整。

状态	判断	店长动作
绿	产出达标；咨询有人接；下一周素材已排好	保持标准并复制有效结构
黄	产出或承接低于目标80%；任一环节停滞2天	店长当天排障并指定补救动作
红	连续3条无有效咨询且未调整；咨询无人承接	暂停无效复制，用F39查根因

带训：让店长读出本模块今天是什么颜色，并说出下一步负责人和时间。

[打开 F39 A3问题改善单 →](#)



店长现场辅导固定五步，员工才会真正上手

管理者的任务不是代替员工解决，而是让员工掌握解决问题的方法。

- 01 定标准** 先说清合格结果和不可触碰的红线
- 02 看现场** 观察一次真实动作或角色演练，不凭印象
- 03 说事实** 指出看见的行为、数据和差距，不贴标签
- 04 让重做** 员工复述并立即再做一次，直到合格
- 05 留记录** 写下责任人、复查时间和结果，必要时补训

带训：业务员现场示范一次，再让店长用同样五步辅导一名员工。

[打开 F36 店长标准工作与现场观察](#)





这门课在7S里负责什么

Story | 位于客户旅程最前端：先让客户看到、理解并信任，再为引流提供素材。

本模块的结果

每周稳定产出5条短内容+1场直播，形成可持续的本地内容资产。

上游输入

产品、案例、活动、交付现场、客户问题。

下游交接

把评论、私信、直播咨询完整交给好引流与好客资。

带训：先问门店现在怎么做，再讲标准；每讲一项，让学员举一个本店例子。



学完后，不只是听懂，而是能完成四件事

01

能完成选题、脚本、拍剪，并按内容目标选择发布平台

02

能按标准完成一场60—90分钟门店直播

03

能在内容中植入清晰但不生硬的行动指令

04

能按渠道结果复盘，而不是凭播放量追热点

带训：先问门店现在怎么做，再讲标准；每讲一项，让学员举一个本店例子。

谁执行、谁协同、谁检查，开课前先说清楚

内容负责人

编排周计划、检查脚本与发布结果

出镜人

讲真实场景、产品价值和客户问题

拍剪人

完成画面、声音、字幕、封面和归档

店长

提供案例与活动资源，周复盘有效咨询

带训：先问门店现在怎么做，再讲标准；每讲一项，让学员举一个本店例子。

本模块只看这些结果指标

指标	口径	检查频次
有效发布数	按标准上线且无违规的内容	每周
有效咨询数	评论/私信/直播中留下需求与联系方式	每天
内容获客率	有效咨询÷发布数	每周
私域承接率	成功添加微信或进入客资表÷有效咨询	每周

带训：让店长逐行判断本店现状，圈出1个立即整改项。

好内容标准流程

任何门店都按同一顺序做，规模不同只调整数量，不改变关键动作。

- | | | |
|----|-----|------------------------|
| 01 | 找素材 | 从真实客户问题、产品、设计、交付和活动中选题 |
| 02 | 写脚本 | 一句钩子+一个问题+一个证据+一个行动 |
| 03 | 拍素材 | 按镜头清单一次拍齐，不边拍边想 |
| 04 | 剪发布 | 去废话、加字幕、做封面、补本地关键词 |
| 05 | 接咨询 | 30分钟内回复评论私信并转入客资表 |
| 06 | 做复盘 | 保留有效结构，淘汰无咨询的重复选题 |

带训：业务员先完整示范1遍，再让学员按顺序复述并现场操作。

案例图示：一条5000元功能沙发视频，怎样变成到店客资

场景不是“拍得好看”，而是客户看完知道为什么要来店里试。

门店场景

渝北店拍一条“5000元
功能沙发，三口之家怎么
选”的门店实拍

课堂只讲一件事：
每一步都要留下下一步。

01

拍痛点

先说预算和三口家庭的使用
问题

02

留入口

评论/私信只给一个预约动
作

03

当日首联

问小区、空间、预算和到店
时间

04

约到店

确认试坐时间与接待责任人

证据留在表单： [打开 F09 →](#)

[▶ 点击观看 \(网页跳转\)](#)

带训：一人演客户评论，一人演店员首联；30秒内说完第一句回复。

[打开 F09 →](#)

一张产品图，只讲一个客户会在意的点

内容不是把样品拍全，而是让客户先看见一个具体使用场景。



01 | 坐感场景

先拍人会怎么坐、靠、躺，再解释为什么更方便



02 | 空间效果

画面里保留人与家具的距离感，让客户判断大小



03 | 材质细节

近景只拍一个触感或颜色，不堆参数

课堂练习：每人任选一张图，先说客户会问什么；再写出门店该问的一句和下一步动作。

不要讲图片好不好看。每张图只练一次“客户会问什么—员工怎么回应—表单里留什么”。

把产品照片变成门店可持续的内容素材

一张图只解决一个客户问题：看懂画面、说出价值、留下行动。



看图顺序：先让学员说“客户会在意什么”，再由带训人追问“下一步应该做什么”。

01 | 画面先讲什么

先说空间或使用场景，不先报型号和价格

02 | 员工怎么讲

用“客户担心什么—这个设计怎么解决”说清价值

03 | 最后留什么

评论关键词、私信入口或到店体验的一个动作

现场练习：用本店一张真实照片，按右侧三步完成一次 3 分钟讲解；讲完立即写入对应表单。

这页不要求背稿。要求每名员工用本店一张图讲出一个客户问题、一个价值点和一个下一步动作。

内容发到哪里：先按客户场景选平台，不要一条内容全网硬发

渠道不是越多越好。先选 2—3 个主渠道做完整，再根据本店客源结构增加。

抖音 同城短视频、直播、到店体验 3米客厅/旧改前后/试坐体验；视频里加城市或小区类型 官方入口 / 上线指引	视频号 老客、熟人、本地社群信任 交付回访、门店直播、老板/店长讲解；转发到客户群 官方入口 / 上线指引	小红书 风格、搭配、装修决策前种草 户型+预算+搭配；图文先给结论，再给产品证据 官方入口 / 上线指引
大众点评/美团 客户搜索、看口碑、看门店 门店实拍、服务说明、真实评价；不要把它当短视频流量池 官方入口 / 上线指引	高德地图 客户到店前找路、导航、看营业信息 门头、停车、营业时间、电话、门店照片一定补齐 官方入口 / 上线指引	朋友圈/社群 已留资与老客的持续提醒 新品、案例、活动只发给相关人；每条带一个私聊入口 官方入口 / 上线指引

选择原则：内容平台解决“看见与信任”；地图/点评解决“搜索与到店”；私域解决“持续跟进与转介绍”。

让店长写下本店未来30天只做的两个主渠道，以及每个渠道的负责人和承接动作。

[打开 F01](#)

渠道上线图文教程：先建店铺入口，再发内容或投活动

以下为门店通用操作顺序；具体菜单以各平台当前 App/商家后台为准。

内容号 | 抖音、视频号、小红书

01 注册/认证

02 完善主页

03 首发3条内容

04 留私信/预约入口

账号名称、头像、城市/商场/品类、电话或企微；先发真实门店、产品、案例，不急着做促销。

搜索店 | 大众点评/美团、高德

01 认领门店

02 提交资质

03 补全地点信息

04 到店核验

名称、地址、营业时间、电话、门头、停车、真实门店照片；用客户手机搜索一次并导航到店。

承接端 | 企微/门店电话/客资表

01 设置负责人

02 统一话术

03 登记来源

04 约下一步

每个入口只留一个负责人；10分钟内首次回应；来源、客户问题、下次联系必须进入F09。

上线完成标准：客户能搜到你、能看懂你卖什么、能联系到你；店长能在当天看到这条客资。

拿一部客户手机现场核验：能否搜到、能否导航、能否私信/打电话、是否有人响应。

打开 F03 →



把平台流量变成可跟进客资：这四步必须不断

不要把客户留在评论区、平台后台或员工个人手机。

01

客户看见

内容/地图/点评/活动

记录渠道与内容/活动来源

02

客户行动

私信、电话、导航、扫码

10分钟内有人回应

03

进入主表

F09—客一号

写需求、预算/阶段、负责人

04

约下一步

到店、试坐、量尺或回访

必须写日期与下一步动作

带训检查：随机抽一条抖音/点评/地图/活动客资，能否在表里找到来源、负责人、下一步和时间？

把本店所有入口列出来，指定唯一承接人。先解决响应慢和信息断档，再谈扩大投放。

打开 F09 →

要上线平台？直接打开对应入驻指引

前三个模块讲“为什么做、做什么”；六份手册讲“从哪里入驻、需要哪些材料、怎样验收”。

01

抖音

内容曝光、企业入驻、门店承接

[点击打开入驻指引](#)

02

视频号

老客转发、直播、社群信任

[点击打开入驻指引](#)

03

小红书

装修灵感、户型和预算内容

[点击打开入驻指引](#)

04

美团/点评

搜索门店、评价、到店导航

[点击打开入驻指引](#)

05

高德地图

搜索、导航、停车与电话

[点击打开入驻指引](#)

06

微信承接

统一账号、首联、F09登记

[点击打开入驻指引](#)

建议顺序：先完成高德/点评的“客户找得到”，再做抖音/视频号/小红书的“客户看得见”，最后统一进微信和F09表承接。

课堂不演示所有App；根据门店当周主渠道，点击打开一本手册，分组照着手机完成上线并现场验收。

[打开 F03 拍摄发布检查表](#)

好内容案例：先让客户停下，再自然发起咨询

两条短视频、一条直播案例；不是为了拍得漂亮，而是让客户愿意发户型、说预算或评论小区。

140m²客厅显大10招

[点击观看](#)

1分33秒 ·
76.9万播放

容易触达的点：

数字清单 + 同面积强反差，让观众立刻代入“我家为什么显小”

本店动作

拍本店一个普通客厅：只改沙发尺度、茶几、通道三处，最后让客户发户型判断能否照做

48小时拯救昏暗客厅

[点击观看](#)

4分43秒 ·
68.2万播放

容易触达的点：

时间限制 + 昏暗痛点 + 前后结果，前3秒就给出强画面

本店动作

不需要模仿风格；借“暗、挤、旧”一个痛点，拍同城家庭客厅的前后对照

装修卖货直播间，凭啥几千上舰？

[点击观看](#)

4分38秒 ·
19.9万播放

容易触达的点：

直播用“问题—展示—互动—福利”连续承接，适合拆解家居直播的节奏

本店动作

直播前3分钟只讲一个家庭问题；主品必须拍到功能/材质证据；互动只收预算、户型或到店时间

其他平台延伸检索：

抖音/小红书检索：家居改造 前后对比、3000元沙发怎么选；视频号检索：小户型客厅布局

课堂任务：选一个样本，写出好风景版的标题、第一镜头和最后一句行动指令。

先看短片，再让学员写自己的三句：标题、第一镜头、行动指令；不允许直接抄产品、品牌或承诺。

一张产品图，也能拍成客户愿意问的问题

好风景官方产品/空间素材，用于带训示范；实际讲解以当期产品与价格文件为准。

不要先拍全景和价格牌。先拍客户能感受到的一个点：功能位怎么打开、靠背怎么调、皮布摸起来有什么不同。

练习：用这张图写出“第一镜头——句解释——句评论/私信引导”。



先让学员看图说客户会关心什么，再用本店真实样品完成一次讲解。



门店内容不拼大片，拼真实、清楚和持续

真实

拍本店、本地小区、真实员工与真实交付

清楚

一条内容只解决一个问题，不堆概念

持续

固定栏目和节奏，让客户反复看到

带训：先问门店现在怎么做，再讲标准；每讲一项，让学员举一个本店例子。

先围绕四类客户，建立门店选题池

客户	最关心	内容方向
新房客户	风格、预算、整家效果	户型方案/搭配/预算包
旧房客户	麻烦、工期、搬运、局改	旧改诊断/前后对比/避坑
改善客户	品质、舒适、适老	材质体验/功能场景/父母房
犹豫客户	真假、价格、交付	工厂/细节/交付证据/客户口碑

带训：让店长逐行判断本店现状，圈出1个立即整改项。

[打开 F01 内容选题库 →](#)



每周5条内容，按固定栏目降低创作难度

周一 | 客户问题

回答一个本周高频问题

周二 | 产品细节

讲清一个功能、材料或工艺

周三 | 真实案例

用前后对比讲客户变化

周四 | 旧改/设计

给出一个户型或搭配建议

周五 | 活动/直播预告

给客户明确时间和到店理由

带训：先问门店现在怎么做，再讲标准；每讲一项，让学员举一个本店例子。

[打开 F01 内容选题库 →](#)

六类主流平台各有任务，不能把同一文案到处复制

门店先确定这条内容要做曝光、搜索、信任还是到店，再决定平台。

平台	主要任务	适合发布	内容侧重
抖音	同城发现、即时咨询	痛点短视频、前后对比、直播	3秒说结果；带城市/小区；只给一个行动
快手	本地信任、直播转化	老板/店员真人、过程、真实案例	连续人设；说人话；重评论互动和直播承接
微信视频号	熟人扩散、私域承接	服务记录、交付案例、直播预告	方便转发；讲清服务；与朋友圈、社群联动
小红书	搜索种草、方案比较	设计、配色、户型、避坑清单	标题有搜索词；封面清楚；图文信息完整
地图/本地生活	被搜索、导航到店	门店环境、地址、服务、真实评价	信息一致；图片真实；及时回复咨询和评价
朋友圈/社群/公众号	关系培育、成交推进	客户见证、活动、服务、长图长文	分层发送；先给价值；避免连续刷屏

带训：让店长逐行判断本店现状，圈出1个立即整改项。

打开 F02 短视频脚本与分镜 →

先看内容是什么，再选择最有胜算的渠道

一条内容选择1个主平台、1—2个辅助平台；没有承接能力的平台先不发。

门店做出的内容	首选渠道	辅助渠道	发布时要改什么
强痛点、强反差、前后对比	抖音/快手	视频号	压缩开头；先给结果；加入本地信息
设计方案、配色、户型清单	小红书	视频号/公众号	增加步骤、关键词、平面图或细节图
老板/店员真人讲解	快手/视频号	抖音	保留真实表达；一条只讲一个问题
交付过程、客户见证	视频号/朋友圈	抖音/小红书	确认授权；突出服务节点和真实证据
门店环境、地址、到店服务	地图/本地生活	视频号/朋友圈	地址电话一致；展示停车、营业时间、服务范围
限时活动、直播预约	抖音/视频号直播	社群/朋友圈	明确时间、适合谁、权益边界和预约动作

带训：让店长逐行判断本店现状，圈出1个立即整改项。

打开 [F03 拍摄发布检查表](#) →



一份真实素材，拆成六个版本再分发

门店不需要拍六遍，但必须按平台重新剪辑、写标题和行动指令。

抖音版

30—60秒：痛点开头+现场证据+私信/预约

视频号版

60—90秒：案例完整、适合员工和老客户转发

地图/本地生活版

更新门店、案例和服务照片，补齐地址与营业信息

快手版

保留人物和过程：讲清为什么这样做

小红书版

6—9张图或短视频：步骤、清单、关键词更完整

私域版

3张图+一段本人观点，只发给匹配客户或社群

带训：先问门店现在怎么做，再讲标准；每讲一项，让学员举一个本店例子。

每条内容发布前，用五步确定平台和版本

选择结果记录到F03“发布平台”，发布后按渠道分别复盘。

- 01 定任务**
这条内容主要负责曝光、搜索、建立信任还是预约到店
- 02 看素材**
判断是强视频、强图片、强人物、强案例还是强位置
- 03 看门店**
确认谁能回复、谁能直播、谁能持续更新，不能承接就不铺平台
- 04 选组合**
确定1个主平台和1—2个辅助平台，再分别改标题、时长和行动
- 05 记结果**
在F03记录平台、发布时间、承接动作和有效咨询，周复盘去留

带训：业务员先完整示范1遍，再让学员按顺序复述并现场操作。

[打开 F03 拍摄发布检查表 →](#)

平台规则不同，发布前必须逐项检查

规则会调整，以各平台最新官方规则和企业号权限为准。

平台	重点检查	不要这样做	门店动作
抖音/快手	价格、功效、品牌授权、直播口径	虚构优惠、绝对承诺、搬运他人素材	价格有依据；素材可追溯；直播前统一话术
视频号/微信	客户授权、群发频率、链接与二维码	泄露客户信息、无差别反复推送	按客户阶段分层发送；保留授权记录
小红书	企业身份、营销信息、站外引导、原创	伪装体验、硬广刷屏、违规留联系方式	发布前检查企业号可用能力和社区规范
地图/本地生活	地址、电话、营业时间、评价真实性	虚假地址、刷评、夸大服务范围	每月核对信息；真实回复好评和差评
全部平台	客户隐私、音乐/图片版权、未成年人	未经同意露脸、使用无权素材	客户素材先授权；敏感信息遮挡；建立素材台账

带训：让店长逐行判断本店现状，圈出1个立即整改项。

打开 F03 拍摄发布检查表 →



一条短视频只用四段式脚本



带训：业务员先完整示范1遍，再让学员按顺序复述并现场操作。

打开 F02 短视频脚本与分镜 →



拍摄前10分钟，把这五样东西准备齐

人物

谁出镜、谁拍、谁补充

脚本

打印或放在提词器，只保留关键词

授权

客户家、客户形象、施工现场先取得同意

地点

展厅/样板间/客户现场先清杂物

镜头表

全景、中景、近景、细节、结果

带训：先问门店现在怎么做，再讲标准；每讲一项，让学员举一个本店例子。

[打开 F03 拍摄发布检查表 →](#)

手机拍摄做到四个合格，就能交付

项目	合格线	常见错误
画面	横平竖直、主体清楚	乱晃、逆光、背景杂
声音	人声清晰、环境可控	距离远、风噪大、音乐盖人声
镜头	每个镜头3—5秒	一个长镜头从头拍到尾
光线	面部和产品细节可见	顶光重、色温混乱

带训：让店长逐行判断本店现状，圈出1个立即整改项。

[打开 F03 拍摄发布检查表 →](#)

剪辑只做六步，不要用特效掩盖内容

- | | | |
|----|---|-------------------|
| 01 | 删 | 删除停顿、重复和无关镜头 |
| 02 | 排 | 按钩子—问题—证据—行动排序 |
| 03 | 配 | 补充产品细节、现场和前后对比画面 |
| 04 | 字 | 加大字幕，关键词换色但不过度 |
| 05 | 声 | 人声优先，背景音乐控制音量 |
| 06 | 封 | 封面写城市+问题+结果，不写空口号 |

带训：业务员先完整示范1遍，再让学员按顺序复述并现场操作。

[打开 F03 拍摄发布检查表 →](#)



标题和文案必须让本地客户一眼知道与自己有关

本地词

城市、区县、小区、户型、面积

问题词

旧房、收纳、客厅、父母房、预算

结果词

省空间、好打理、少返工、如期交付

行动词

评论户型、私信小区、预约到店/上门

带训：先问门店现在怎么做，再讲标准；每讲一项，让学员举一个本店例子。

[打开 F01 内容选题库 →](#)



四种可直接套用的内容模板

旧改诊断

“这个客厅不是小，是动线被堵住了……”

设计讲解

“这套配色为什么耐看？主色只占……”

产品证据

“同样是沙发，坐感差别看这三个位置……”

交付记录

“从下单到安装，我们做了哪五次确认……”

带训：先问门店现在怎么做，再讲标准；每讲一项，让学员举一个本店例子。

打开 F02 短视频脚本与分镜 →



一场直播分成播前、播中、播后三段



带训：业务员先完整示范1遍，再让学员按顺序复述并现场操作。

打开 F04 直播排期与复盘 →



直播间只设一个主任务

主任务

预约到店或预约上门，二选一

主权益

旧房诊断/户型建议/到店体验，选择低门槛服务

主产品

用1—3个场景产品讲价值，不报一长串SKU

主互动

让客户说城市、小区、户型和问题

带训：先问门店现在怎么做，再讲标准；每讲一项，让学员举一个本店例子。

[打开 F04 直播排期与复盘 →](#)

内容复盘看结果，不迷信播放量

信号	说明	下一步
播放高、咨询低	话题热但购买意图弱	加强本地场景与行动
播放低、咨询高	精准内容，值得持续	做同主题系列
停留低	开头慢或画面不清	重写3秒钩子
私信多、加微少	承接话术弱	明确服务和下一步

带训：让店长逐行判断本店现状，圈出1个立即整改项。

打开 F04 直播排期与复盘 →



内容合规和客户授权是发布前最后一关

不承诺

不使用绝对化、无法兑现的效果和价格承诺

不泄露

客户姓名、电话、门牌、订单信息先遮挡

有授权

客户家、客户声音与形象保留书面/聊天授权

可追溯

素材、脚本、发布时间和负责人统一归档

带训：先问门店现在怎么做，再讲标准；每讲一项，让学员举一个本店例子。

[打开 F01 内容选题库 →](#)



课件讲完后，必须用表单把动作留下来

表单是流程的证据，也是店长检查和总部复盘的共同语言。

F01 内容选题库 [点击打开 →](#)

F02 短视频脚本与分镜 [点击打开 →](#)

F03 拍摄发布检查表 [点击打开 →](#)

F04 直播排期与复盘 [点击打开 →](#)

F39 A3问题改善单 [点击打开 →](#)

带训：先打开第4—5行填写范例，再让学员从第6行录入一条本店真实数据。

现场用工具：看范例、录真实、定下一步

表单不是作业，而是把动作、责任和结果留在门店的工具。

F01 内容选题库

打开 →

F02 短视频脚本与分镜

打开 →

F03 拍摄发布检查表

打开 →

F04 直播排期与复盘

打开 →

F39 A3问题改善单

打开 →

统一要求：第6行必须写清负责人、结果和下一步；没有下一步的记录，不算完成。

带训：随机抽2名学员讲解自己录入的内容，店长现场判断是否可执行。



现场演练：把知识变成一次真实动作

3人一组：执行人、客户、观察员；每轮结束必须依据表单给反馈。

脚本演练

从本店一个客户问题写出四段式脚本

渠道匹配

拿3条本店素材，分别确定主平台、辅助平台和修改点

拍摄演练

用手机拍齐全景、中景、近景和细节

直播演练

完成15分钟循环并引导客户预约

带训：先问门店现在怎么做，再讲标准；每讲一项，让学员举一个本店例子。

通过考核，才能独立执行本模块

总分100分，80分合格；关键红线项未通过，必须补训。

考核项	分值	合格标准
选题与脚本	25	客户明确、单点问题、证据和行动完整
渠道匹配	20	能按内容目标选1主2辅并说明修改点
拍摄剪辑	25	画面声音合格，字幕封面清楚
直播承接	20	能互动、识别需求并转入客资
合规归档	10	授权、平台检查和数据记录完整

带训：让店长逐行判断本店现状，圈出1个立即整改项。

回店7天，完成一次真实闭环

培训结束不是结课，完成真实结果才算结课。



带训：业务员先完整示范1遍，再让学员按顺序复述并现场操作。