

适用

经销商老板 · 店长
销售 · 设计 · 运营

门店工具应用版 V5.3

配套表单 6 张

SCREENING

好客资

每条线索有人接、有人跟、有下一步，不让客户在门店内部丢失。

先分清客户
再推进下一步

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 →](#)

好客资每天、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	晨会看新增和逾期；午间看首响；闭店前补下一步
每周	看阶段停滞、来源质量和销售负荷；回收无人推进客资
每月	清理重复/无效；复盘高质量来源和丢失原因

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	100%有负责人、阶段、下一步和日期	继续推进并抽查沟通质量
黄	出现1—2条逾期或信息缺项	当日补齐，店长复查
红	3条及以上逾期、无下一步或多人重复跟进	停止新增分配，先清积压

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

Screening | 承接所有渠道线索：快速响应、信息补全、分级跟进并交给成交。

本模块的结果

新客资48小时内完成联系、判断、邀约和下一步记录。

上游输入

好内容和好引流提供带来源的线索。

下游交接

把已确认需求、预算、阶段和预约交给销售/设计成交。

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

能判断一条客资是否有效并补齐信息

02

能按规则分配、响应和分级

03

能用七次触达节奏推进客户

04

能管理未成交和沉睡客资，不重复骚扰

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

客资管理员

录入、去重、分配、回收和报表

销售

首响、诊断、邀约、跟进和记录

设计师

对量房/方案客户提供专业协同

店长

日清超时、周清停滞、纠正无效跟进

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
首响及时率	规定时间内首次有效联系÷新客资	每天
信息完整率	核心字段完整客资÷有效客资	每天
到店/量房率	实际到店或量房÷有效客资	每周
停滞客资数	超过规定天数无下一步的客资	每天

带训：让店长逐行判断本店现状，圈出1个立即整改项。

好客资标准流程

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 | 统一录入 | 一客一号，保留来源和进入时间 |
| 02 | 快速分配 | 按区域、品类、负荷和能力分人 |
| 03 | 首次响应 | 确认身份、需求和方便沟通时间 |
| 04 | 需求诊断 | 补全空间、阶段、预算和决策人 |
| 05 | 分级推进 | A/B/C/D不同节奏，不平均用力 |
| 06 | 复盘回收 | 超时、离职、停滞客资及时回收 |

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“沙发多少钱”私信，怎样不浪费

不是马上报低价；先判断客户处于哪个阶段，再给有价值的下一步。

门店场景

客户晚间私信：“5000元左右的功能沙发，有没有？”

课堂只讲一件事：
每一步都要留下下一步。

01

确认身份

问城市/小区、户型和谁使用

02

判断阶段

确认装修节点、预算和决策人

03

给价值

发1个匹配案例或试坐建议

04

设下一步

约定到店/视频沟通的具体时间

证据留在表单：

[打开 F12 邀约跟进记录](#) →

[▶ 点击观看 \(网页跳转\)](#)

带训：禁止只回复“有”；每名学员写出首条回复，再互相检查是否有下一步。

[打开 F12 邀约跟进记录](#) →

看图提问：把观看者变成可以判断的客户

不急着推型号；借产品、材质和空间图问清客户真正的选择理由。



01 | 风格偏好

“你更想要现代、轻奢还是温暖一点？”



02 | 材质偏好

“家里有孩子或宠物吗？更在意触感还是好打理？”



03 | 空间与时间

“放在哪个空间？什么时候入住或准备换新？”

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”。

从图片里练提问：不急着想推产品，先把客户问清

先把客户从“看一看”带到“能判断、能邀约、能进入下一步”。



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 | 问风格

“你更想要干净现代，还是温暖一点？”

02 | 问使用

“家里谁用得最多？最不方便的地方在哪？”

03 | 问节点

“准备什么时候入住或换新？我好按时间给建议。”

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。

客资从哪里来都一样：先标来源，再按时响应，再约到下一步

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。

内容私信

抖音/小红书/视频号评论与私信

10分钟内回应；先问空间、需求和时间，不要先群发价格

[官方入口 / 上线指引](#)

搜索到店

大众点评/美团/高德导航和电话

先确认客户怎么找到店、想看什么；到店前发位置、停车和预约人

[官方入口 / 上线指引](#)

活动留资

直播、商场、样板间、异业

当天录入，标记活动名称；24小时内完成首联和邀约

[官方入口 / 上线指引](#)

老客转介绍

朋友圈、社群、客户介绍

必须先确认新客户同意联系；介绍人和新客信息分开记录

[官方入口 / 上线指引](#)

线上表单

地图/平台/广告表单

必须写来源、时间、负责人、下一步；不能留在个人手机或后台

[官方入口 / 上线指引](#)

到店自然客

路过、商场导流、朋友陪同

登记来源和客户问题；没有联系方式也要记录到店原因，便于优化陈列

[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 F09](#)

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，不急看做促销。

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 F09 →

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 客户主表 →

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 F09 客户主表](#)

好客资案例：把泛咨询变成可跟进的明确需求

不要急着报型号和价格；先让客户说出预算、使用者、时间点和真正担心的问题。

客厅软装沙发怎么选



点击观看

1分54秒 · 379.6万播放

容易触达的点：

高频低门槛选购题，客户会主动暴露预算、户型、材质和功能偏好

本店动作

首联不推型号，先问“几人坐、有没有老人孩子、放多大客厅、预算多少”；四项写入F11

衣柜全屋定制避坑指南



点击观看

53秒 · 100.1万播放

容易触达的点：

定制避坑是高意向话题，客户容易说出最怕的增项、材料、安装或交期

本店动作

先让客户选“最担心的一项”，再给对应清单；不是急着报价，先记录顾虑和装修节点

床垫怎么选不踩坑



点击观看

58秒 · 74.6万播放

容易触达的点：

睡感与健康的选择题容易触发私信，也便于用问题判断客资质量

本店动作

用“三问法”：谁睡、偏软硬、预算；补问入住时间，再决定到店试躺或持续培育

其他平台延伸检索：

抖音/小红书检索：全屋定制避坑、床垫怎么选；视频号检索：装修避坑 + 你的城市

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。

高预算客户不是先报价格，而是先看他的空间与选择理由

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。

SAMACI

高定内容用于问清风格、材质偏好、家庭成员、预算和落地时间；信息完整后才进入方案。

练习：用F11写下客户的风格、材质、空间与最大顾虑。



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。



有效客资不是一个电话号码，而是“可联系+有需求+有下一步”

可联系

电话或微信真实可触达

有需求

有空间、产品、旧改或服务问题

有下一步

约定再次沟通、到店、量房或方案

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 F09 客户主表 →](#)

客资主表至少保留十二个核心字段

类别	字段	作用
身份	姓名/电话/微信/城市小区	找到客户
需求	品类/空间/户型/面积	判断方案
阶段	交房/装修/入住/旧改	判断时机
价值	预算/决策人/意向	安排资源
过程	来源/负责人/最近动作/下次时间	防止丢失

带训：让店长逐行判断本店现状，圈出1个立即整改项。

[打开 F09 客户主表 →](#)



新客资48小时完成四个动作



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 F10 客资分配与响应 →](#)



分配客资不能只看谁有空

区域

小区/距离是否适合上门和交付

品类

定制、成品、旧改、设计能力是否匹配

负荷

每人有效跟进上限，避免积压

表现

首响、到店和记录质量持续不合格要限量

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 F10 客资分配与响应 →](#)

首次沟通用五问完成初步诊断

- | | | |
|----|------|-----------------|
| 01 | 住哪里 | 城市、小区、户型、面积 |
| 02 | 什么时候 | 交房、装修或计划更换时间 |
| 03 | 改哪里 | 重点空间和最困扰的问题 |
| 04 | 谁决定 | 家庭成员、使用者和决策方式 |
| 05 | 怎么推进 | 先到店体验、上门量房还是看方案 |

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 F10 客资分配与响应 →](#)

A/B/C/D分级决定跟进节奏

级别	判断	动作
A	30天内、需求明确、有关键人	重点推进到店/量房/方案
B	1—3个月、需求较清楚	每周有效触达+内容培育
C	3个月以上或需求模糊	每月节点关怀+活动唤醒
D	无效/拒绝/不匹配	注明原因，停止频繁打扰

带训：让店长逐行判断本店现状，圈出1个立即整改项。



客户画像只记录影响成交的信息

家庭

成员、年龄、生活方式、宠物

空间

户型、尺寸、收纳、动线、旧家具

审美

喜欢和不喜欢的风格、颜色、材质

决策

预算、决策人、竞品、顾虑和时间

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 F09 客户主表 →](#)

七次触达，每次都要提供新价值

■	01	1	确认需求和方便时间
□	02	2	发送匹配案例，不群发产品图
□	03	3	邀请到店体验或上门诊断
□	04	4	补充户型/预算建议
□	05	5	回应主要顾虑
□	06	6	提供活动/排期节点
□	07	7	确认继续、延期或暂不打扰

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 F12 邀约跟进记录 →](#)



邀约不是问“什么时候来”，而是给选择

理由

“针对您这个户型，我们准备了两套布局建议”

时间

“周六上午还是下午更方便？”

时长

“大约40分钟，看布局和坐感”

准备

“把户型图发我，我们提前标出问题”

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 F12 邀约跟进记录 →](#)

客户没到店，按原因救回而不是责备

原因	判断	补救
临时有事	意向仍在	当日关怀并重约具体时间
距离/时间	到店成本高	先视频讲解或预约上门
价值不清	邀约理由弱	换成户型/旧改/体验服务
比较竞品	进入选择期	提供差异证据和方案对比

带训：让店长逐行判断本店现状，圈出1个立即整改项。

打开 F12 邀约跟进记录 →



微信跟进做到短、准、有人味

短

一条信息只说一件事

证据

发一张匹配案例/图纸/细节，不刷屏

准

引用客户原话和具体空间

问题

结尾用一个容易回答的问题推进

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 F12 邀约跟进记录 →



停滞客资每周清一次，只有三种处理

继续

有明确需求和下一步，更新日期

培育

暂不急，进入内容/活动触达

退出

无效、拒绝或不匹配，注明原因

回收

负责人超时、离职或无记录，重新分配

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 F12 邀约跟进记录 →](#)



客户信息是经营资产，也是隐私责任

最少采集

只采集服务和成交所需信息

限定使用

不私自外传、不无关群发

权限管理

离职及时回收账号和客户

尊重拒绝

客户明确不希望联系，立即标记

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 F09 客户主表 →](#)

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。

F09	客户主表	点击打开 →	F12	邀约跟进记录	点击打开 →
F10	客资分配与响应	点击打开 →	F35	日经营看板与晨夕会	点击打开 →
F11	客户画像诊断	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。

F09	客户主表	打开 →	F10	客资分配与响应	打开 →	F11	客户画像诊断	打开 →
F12	邀约跟进记录	打开 →	F35	日经营看板与晨夕会	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。

首联演练

用五问完成一次3分钟诊断

分级演练

把10条模拟客资分成A/B/C/D

救回演练

针对爽约客户重新设计邀约理由

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。

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
信息诊断	30	核心字段完整且记录客户原话
分级判断	25	级别与跟进节奏一致
邀约推进	30	理由、时间和下一步清楚
记录合规	15	无超时、无隐私违规

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。