

90天，助力终端打造全渠道营销模式

首月门店数字化

素材+产品SOP+二合一活动（会员建网+定向裂变）



第二月大商扶持&重点小区+异业联盟



第三月营销SOP标准化制度建立

全阶段执行：内容、活动、引流、转化



墨斗科技

把握好操作的“四线”落地模式

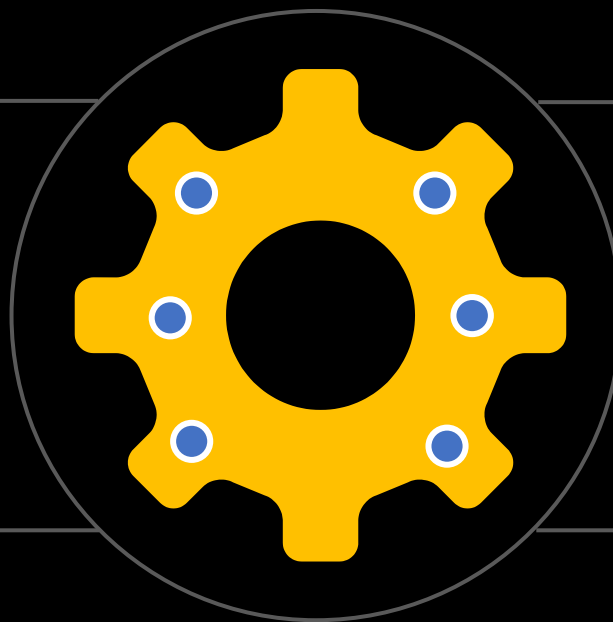
1、策划线：活动强IP方案

打造属于品牌可延续的活动主题，精心选品策划，实现差异化，实现强IP

2、启动线：培训与通关系统

声势浩大的启动大会，通过培训进行赋能，严格的通关模式掌握操作技巧

(强策划)



3、激励线：活动与日常激励

打通领导、区域经理、经销商、店长导购关系捆绑，实现多层次有效协同

4、管控线：过程与结果管控

多层次组织系统，通过指令进行关键动作管控，用阶段性数据做分析决策

(高执行)

启动线：培训与通关系统



➤ 场景化培训学习

结合具体的落地使用场景，利用翻转课堂形式进行培训学习，让学员利用工具边学边练，告别学员在课堂上激动而课后一动不动的窘状；

➤ 使命式通关考核

严格的通关考核，个人与团队荣誉捆绑，让每一个学员都严正以待，通过考核让学员真正的掌握落地时候的具体操作技巧，确保实现最终目的；



墨斗科技

管控线：过程与结果管控

多层级的组织管控模式，自上而下链接从总部管理层到最终执行层，环环相扣，实现荣辱与共，执行力高效；

组织
管控

1

指令
管控

2

过程指令与结果指令通过换算积分的形式，让所有执行人员重视指令的得分情况，形成高标准日清管理机制；

定期线上会议管理，鞭策落后与激励优秀者并行，通过会议的形式进行攻坚克难的问题点学习，实现针对性帮扶；

会议
管控

3

数据
管控

4

内容营销数据监督反馈过程执行情况，客户资源数据反馈过程执行效果情况，业绩达成数据反馈最终转化情况；

激励线：活动与日常激励

门店分级排名

把参与门店分级，统一层次门店完成率排名PK，确保人人参与



06

战区捉对对决PK

分军区捉对PK，挑起区域团战，充分调动全员积极性



01

赛马机制

调动领导重视度和关注度，形成自上而下统一意识



05

战区团队与总部对赌PK

调动战区长（区域经理）跟总部目标捆绑对赌，确保参与度



02

过程积分激励

过程积分激励，PK即时兑现，物质与精神激励相结合



04

3+1过程完成率PK

3周落地分三次PK，分阶段保持所有终端门店持续热度



03