

17486_高效販促的秘密 課程摘要

本摘要由 Gemini AI 協助生成，僅供參考

1. 適合對象與能力門檻

- **適合族群：**新創業的小老闆、行銷新手、零售業營運人員及對促銷（販促）感興趣者。協助學員理解消費者心理、促銷目的與數據試算，解決流量與轉換問題。
- **能力門檻：**入門。

2. 課程核心大綱與架構圖

- **章節架構：**
 - **章節一：**行銷與人性的連結 — 解析企業管理（大腦）與行銷（心臟）的關係，以及消費者人性的 5 大特質（貪、難、怕、愛美、愛）。
 - **章節二：**販促的核心目的與營收公式 — 剖析提高營收、去化庫存、產品宣傳與品牌曝光；拆解「 $\text{營收} = \text{流量} \times \text{轉換率} \times \text{客單價}$ 」算式。
 - **章節三：**新客與舊客的數據價值 — 分析新舊客開發成本（新客成本為舊客的 5 倍）、舊客貢獻度（12% 舊客貢獻 25% 營收），以及只買一次就不再來（單次購買）的關鍵改善。
 - **章節四：**顧客三分法策略 — 剖析「愛你的、不愛你的、愛過你的」三類顧客，以及如何透過小本子或店員觀察記錄進行人工會員管理。
 - **章節五：**高效販促秘密與最小可行性測試 — 說明如何從歷史數據找暗示，利用最小可行性成本進行促銷測試。

3. 必備前置知識清單

- **基礎店面或商業營運概念：**對實體店面或網路賣場的銷售運作（如出貨、陳列、客單價）有基本理解。
- **自家企業歷史數據：**建議上課時帶上自家店面的基本銷售數字（如總客數、年營收、新舊客比例），以便即時代入公式試算。

4. 專有名詞與概念辭典

- **販促（銷售促進）：**指在整體行銷流程後端所採用的促銷手段與工具，旨在短期內快速促進轉換、提高營收或去化庫存。
- **營收三大元素算式：**營收 = 流量 × 轉換率 × 客單價。流量指上門或進站客人數，轉換率指最終成交的比率，客單價指每位客人平均消費金額。
- **商品迴轉率：**評估庫存流動速度與健康度的關鍵指標，迴轉率過低或高庫齡佔比過高會導致資金卡死與倉庫成本增加。
- **顧客三分法：**
 - **愛你的：**現有顧客/會員，需深化關係與提高頻率/客單價。
 - **不愛你的：**非顧客，需釐清是管道未觸達（不知道你）還是溝通方式錯誤。
 - **愛過你的：**流失顧客，需了解是不再聯絡還是被競品搶走並進行挽回。

5. 課程學習職能對照

- **對應職能名稱：**零售營運管理人員 / 門市店長 / 行銷企劃人員
- **主要工作任務/能力指標：**
 - **[分析與決策能力]：**能評估促銷目的（衝營收或去庫存），透過營收算式與顧客數據（新舊客比例、客單價）進行促銷決策。
 - **[工具操作與執行能力]：**能規劃賣場陳列與動線以提升轉換率，執行人工/系統會員紀錄，並透過最小可行性測試進行販促活動。