一．数据分析（7.26-8.25）：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 销售额（元） | 笔数 | 客单价 |
| 16年 | 281222.6 | 3642 | 77.2 |
| 17年 | 258599.3 | 3287 | 78.7 |
| 对比数据 | -22623.4 | -355 | 1.5 |

府城店8月整体销售同比去年下降22623.4元，客流下降355笔，日均客流下降12笔，与上月相比销售下降2505.6元，客流上升70元。

主要原因是1.成汉南路新店的正式营业分流了天府新谷园区以及仁和，誉峰两个小区的顾客 （这部分顾客占门店平时销售的85%左右），这是客流下滑的主要原因。

府城店7.2-8.25日销售数据对比

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 总销售 | 笔数 | 毛利额 |
| 16年 | 481457.18元 | 6168笔 | 163661.18元 |
| 17年 | 481645.66元 | 5785笔 | 160045.35元 |
| 对比数据 | 188.48元 | -383笔 | -3615.83元 |

成汉店7.2-8.25日共计销售金额218213.11元，共3998笔，日均73笔。

1. 销售增量措施：

1.整理门店慢性病顾客资料，对慢性病顾客进行定期的电话或微信回访，慰问，加强我们门店和慢病顾客的粘连度，对于有需求的顾客门店可主动提出送货上门。

2.宣传会员权益，大力发展新会员，培养新的忠实顾客。

3.加强门店销售人员的专业知识学习，用我们的专业服务信服顾客，切实为顾客解决病症，让顾客离不开我们（有用药需求时首先会第一时间想到太极府城店XXX）.

4.加强门店品种学习，针对不同顾客推荐不同价位的品种，而不是一味的推荐高毛、金牌，让顾客觉得我们的药贵。

4.做好门店卫生，及时整理门店空缺货品，为顾客提供一个干净，整洁的购药环境，让顾客喜欢主动到店购药。