<<服装店长手册>>

图书基本信息

书名：<<服装店长手册>>

13位ISBN编号：9787122056559

10位ISBN编号：7122056554

出版时间：2009-8

出版时间：化学工业出版社

作者：吴卫刚 编

页数：226

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<服装店长手册>>

前言

服装店长，是服装店的经营管理者，承担人力资源管理，员工培训与管理，财务记账管理，协助店主做好采购，担纲职业买手，家底盘点盘存，卖场促销活动与策划，协调客户关系及总部关系，制定价格，卖场陈列与橱窗的应季出样等，店长的工作事关服装店铺经营及可持续发展的全局，店长是服装店的核心人物。

服装店主把店铺资源交给店长，由店长运用自己的职业化工作技巧，通过职业化的操盘运营，使店主的资源保值增值，从而实现服装店铺的利益最大化，店长本人也获得更大的劳动收益，实现与服装店主双赢的目的。

消费者的不断成熟及对服务提出更高的要求，对简单的店铺管理提出了更高的要求，终端的竞争最终会反映在服务的竞争，而服务竞争的水平反映在学习的竞争上。

服装行业呼唤优秀的服装店长，需要职业化的服装店长。

优秀的服装店员可以通过学习晋升为店长。

对于小型服装店，大多是服装店主兼作店长，但如何分别履行好双重身份，也非常需要对《服装店长手册：做善于经营的服装店长》的学习。

本丛书共分三册，包括《服装店主手册——做善于赚钱的服装店主》、《服装店员手册——做善于推销的服装店员》、《服装店长手册——做善于经营的服装店长》。

<<服装店长手册>>

内容概要

服装店长是服装店的经营管理者，是服装店的核心人物。

本书分为十章，全面系统地介绍服装店长应知应会的相关知识。

具体内容包括服装店长升级学习，服装店员的管理，制定岗位制度，进货、仓储的管理，店长财务知识，顾客的消费心理，服装价格策略，服装店促销技巧，服装商品陈列和服装店的安全管理。

本书语言通俗易懂，内容具体实用。

可供服装店及相关行业店的店长阅读使用。

<<服装店长手册>>

书籍目录

第一章 服装店长升级学习 一、推销基础知识 1?什么是推销 2?推销是为了盈利 3?优秀推销员的条件 4?推销员的基本能力 5?推销的爱达模式 6?推销洽谈 7?为什么会产生推销障碍 8?推销成功的秘诀 9?成交的巧妙方法 10?管理好你的推销团队 11?推销产生效益 二、生意从谈判开始 1?谈判前的准备 2?谈判各阶段应对策略 3?商务谈判技巧 三、写作知识 1?市场调查报告 2?消费者调查表 3?服装购销合同 4?员工聘用合同范本 第二章 服装店员的管理 一、服装店员的招聘 1?如何招聘店员 2?如何测试应聘人员 3?优秀店员的合理流动 4?有效实施绩效考评 5?调动薪酬的功能 6?薪酬管理的方法 二、如何招聘考察新员工 1?履历表及自传方面的问答 2?个人志愿与动机 3?与性格有关的问题 4?与兴趣、爱好有关的问题 5?与读书读报有关的问题 6?有关健康和锻炼方面的问题 7?与交友相关的问题 8?人生、信念方面的问题 9?与家庭有关的问题 10?与学校生活有关的问题 三、新进服装店员的培训 1?道德修养培训 2?仪表仪态培训 3?服务用语培训 4?专业知识培训 5?服装店经营过程培训 6?销售技巧培训 7?商品陈列培训 8?核算技能培训 四、店员形象规范 1?举止姿态 2?男性店员形象 3?女性店员形象 4?店员礼仪规范 五、顾客投诉的分类及处理 1?电话投诉的处理 2?信函投诉的处理 3?当面投诉的处理 六、店员工作要求 1?营业准备 2?营业期间 3?营业结束 七、店员的五级制管理 1?服装店员一级标准 2?服装店员二级标准 3?服装店员三级标准 4?服装店员四级标准 5?服装店员五级标准 附：服装店店员培训与管理手册 第三章 制定岗位制度第四章 进货仓储需谨慎第五章 店长财务知识第六章 销售需懂顾客心理第七章 服装价格策略第八章 服装店促销技巧第九章 服装商品巧陈列第十章 服装店安全需重视参考文献

章节摘录

第一章 服装店长升级学习 一、推销基础知识 商品推销是用于商品交换、商品经济的范畴。

它伴随商品生产和商品交换的产生而产生，并随着商品经济的发展而发展。

1. 什么是推销 推销是一种特定的销售活动，推销与销售没有什么本质区别。

推销只是服装店更加主动地采取措施去加快和扩大销售活动。

推销的本质是推销员说服和刺激顾客购买商品的活动，是推销员说服潜在顾客实现购买，以达到营销目标的一种促销活动。

随着商品经济的发展，人们对于推销的理解也越来越深刻。

对服装店而言，推销的主要作用有：是实现经营与社会需要之间联系的纽带，是实现商品价值的关键；是实现服装店基本职能及其经营目标的决定性环节；是服装店参与市场竞争，提高竞争能力与应变能力的重要途径；是开拓产品细分目标市场，提高服装店微观经济效益的基础活动；有助于锻炼、培养服装店的经营人才，提高经营人才的素质、能力。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>