

## <<打造你的金牌店面团队>>

### 图书基本信息

书名：<<打造你的金牌店面团队>>

13位ISBN编号：9787504457424

10位ISBN编号：7504457426

出版时间：2006-10

出版时间：中国商业出版社

作者：陈芯茹

页数：198

字数：320000

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>

## <<打造你的金牌店面团队>>

### 内容概要

店面销售是营销中一个比较特殊的组成部分，每个人都会对它有或多或少的了解，它的历史非常悠久，沉淀了许多经验。

在中国，店面销售近年来在理论与实务方面也发展得非常迅速，但如何才能打造一个高效能店面销售团队？

它在操作与运营方面有什么技巧？

对此，很多管理界人士对此还是没有一套系统而有效的观点，更遑论普通的开店业主了。

事实上，对店面销售而言，销售团队的建设也是非常重要的。

如何建设一个高效有序的店面销售团队呢？

本书从店面销售团队的组建、培训、激励等销售的各个方面入手，讲述了如何组建一个金牌店面销售团队，以及怎样在规范化管理的基础上，打造店面销售团队的团队精神。

组建一个店面销售团队所必需的硬件，包括：组织架构、团队制度、运作规范、以及店面销售团队成员的招聘与培训。

在组建了一个店面销售队伍后，还需要的软件，包括：团队精神的内涵、对成员的团队精神训练、以及如何打造店面团队的核心竞争力。

店长在管理店面团队时所遇到的一些实务方面的问题，包括：怎样培育一个店面团队、店面团队的绩效管理，以及对店面人员基本技能的培训。

## <<打造你的金牌店面团队>>

### 书籍目录

第一部分 架构制度篇 第一章 店面管理部工作守则 1. 部门职能及机构设置 2. 岗位职责与任职条件 3. 员工培训与考核 4. 销售指标及考核 5. 营业店调查与选择 6. 营业店开设与调整 7. 营业店工作程序 8. 例会及考勤管理 9. 服务规范及店容管理 10. 营业款管理 11. 票据管理 12. 营业店货物管理 13. 信息收集和反馈 14. 工作计划与总结制度 15. 附则 16. 附表 第二章 店长工作守则 1. 店长的身份 2. 店长应有的能力 3. 店长不应该具有哪些缺点？ 4. 店长一天的活动 5. 店长的权限 5.1 人员的管理 5.2 缺货的管理 5.3 损耗的管理 5.4 收银的管理 5.5 报表的管理 5.6 卫生管理 5.7 促销的管理 5.8 培训的管理 5.9 奖惩的管理 5.10 目标的管理 5.11 情报的管理 5.12 投诉的管理 5.13 突发事件的管理 5.14 降低成本的管理 5.15 安全管理 5.16 和总部的联系 5.17 店面设备的管理 5.18 保密管理 6. 店长的自我检查 7. 店长的考核 第三章 营业员工作守则 第四章 收银员工作守则 第五章 收货员守则 第六章 店面客户服务主管守则 第七章 店面行政部经理守则 第二部分 操作实务篇 第一章 店面商品管理 第二章 店面营销与促销 第三章 商品标价制度与定价策略 第四章 顾客纠纷管理 第五章 员工管理规范 第六章 员工的防损、安全与诚实培训 第七章 员工忠诚度管理 第八章 店内广播 第三部分 店面样板篇 第一章 专卖店基本管理规范 第二章 超市员工管理规范

## &lt;&lt;打造你的金牌店面团队&gt;&gt;

## 章节摘录

书摘1.4 超级市场的节日促销 每当节日到来之前, 超级市场的促销活动进入高潮, 各种促销办法应运而生。

其主要节日促销策略有(以香港超市为例): 精心布置“陷阱” 国外消费者杂志有关超级市场各种促销手法的报道显示, 除了大量刊登广告及广设分店吸引顾客之外, 店铺内还十分注意货品的包装摆设, 展开特价告示牌以及给顾客送礼品。

大型超级市场广设分店, 可以造成轰炸式的宣传效果。

每当你想购物时, 脑海里就会出现这些超级市场的名称。

步入超级市场, 更是“草木皆兵”, 店铺内贴满不同颜色的告示, 显示某种货品以特价发售, 刺激消费者的购买欲。

即使你本来并不想购买某种物品, 但基于人皆有的“贪便宜”心态, 也会认为是天赐良机, 于是便可能大量购买。

同时, 超级市场货品价格每每渗入二、七、八、九等所谓“神奇数字”, 使消费者对货品的售价产生一种错觉。

此外, 店铺推出特惠包装、散装食品, 以迎合消费者预期物价上涨的心理。

奉送赠品、代用品或抽奖等, 虽是常有的陈年招式, 但效果依然良好。

此外, 超级市场还有许多增加顾客对货品购买欲的招法。

比如, 有的将最能吸引顾客的特价商品置于远离入口处或收款处的地方; 以延长顾客在市场逗留的时间, 待顾客找到特价商品时, 可能已“顺道”购买了很多并非特价的商品。

又如, 将一些利润较高的商品放在与视线平行高度的货架上, 借以引起消费者的注意。

甚至在收款机前摆放零食, 以刺激消费者购买。

以特价为“诱饵” 目前, 香港两大超级市场于每星期六都在报上大做所谓“特价周”的广告。

用100种比市价便宜一至两成的“特价货”引诱顾客。

遇上冬至、圣诞节、元旦和春节等大节, 更是大加宣传。

他们将原价20多元一件的商品减至19.9元, 使人产生十几元比二十几元便宜得多的错觉。

一位在超级市场工作的吴先生透露, 一些超级市场集团有专门部门设计特价货的陈列。

以百佳集团为例, 他们将最吸引人的“特价货”放置在市场入口特设的第一组陈列架上, 其余的“特价货”, 则分布陈列在店内各处, 务求使顾客走完市场一周, 才能全部看完市场推销的“特价货”。

百佳集团还尽量美化店内环境, 在入口处陈列各种新鲜、干净、排列整齐的水果蔬菜, 加之购物车篮充足, 灯火通明, 甚至开设烤产品的柜台, 通过这些色、香、味的引诱, 消费者会流连忘返, 在不知不觉中向超级市场“贡献”出他们的金钱。

从供应商那里要“特价”补偿 由于超级市场的货品一般都是直接从供应商那里进货的, 他们在大量进货时已经有折扣, 因此, 超级市场的货品比一般零售店可便宜5%~10%。

这一差价, 可供超级市场作为“特价”优惠。

然后用特价“请君入瓮”。

特价货大部分是无利可图的, 但由于供应商必须给市场支付一笔钱作为每周特价货的广告费和市场内的陈列费, 特价费“曝光率”愈高, 收费亦相应提高。

同时, 供应商还会给超级市场提供一个其他商店无法得到的折扣。

这样一来, 超级市场所谓的“亏本大拍卖”, 其实是不会亏本的。

P113-114

## <<打造你的金牌店面团队>>

### 媒体关注与评论

书评假如你是公司老板，那么你肯定盼望着这一天的到来：你的公司飞速发展，业务蒸蒸日上、人员急剧增多、机构日见庞大……但当这一天来临的时候，你是否已经做好了充分的准备？

或者即使你做好了充分的准备，但你的团队是否已经像你一样做好了准备？

或者，如果你还是公司部门主管，部门的管理问题是否也已经开始让你伤透脑筋？

作为公司高层，你是否总有一种有劲使不出、力不从心的感觉？

如果是这样的话，看来你真的离“如心使臂、如臂使指”这样的管理境界相距甚远。

那么，你需要这样一套书：它着眼于各部门机构与队伍的组建、团队精神的培育、以及高效团队的打造。

使你轻松跨过企业创建或重组时所经常面临的分崩离析的噩梦。

《打造你的金牌团队》系列丛书即是处于这个阶段的你而编写的。

这套《打造你的金牌团队》系列丛书共分五册，它们分别是：《打造你的金牌销售团队——销售团队操作与培训手册》、《打造你的金牌管理团队——管理团队操作与培训手册》、《打造你的金牌公关团队——公关团队操作与培训手册》、《打造你的金牌行政团队——行政团队操作与培训手册》、《打造你的金牌店面团队——店面团队操作与培训手册》。

<<打造你的金牌店面团队>>

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>