

<<店长手册>>

图书基本信息

书名：<<店长手册>>

13位ISBN编号：9787506467896

10位ISBN编号：7506467895

出版时间：2011-1

出版时间：中国纺织

作者：逸新

页数：277

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>

<<店长手册>>

前言

自从国内零售市场对外完全开放后，外资零售企业与本土零售企业的竞争愈演愈烈，而商业零售竞争的焦点实际上在于门店，一些营销专家甚至认为，门店与门店的竞争事实上就是门店店长之间的竞争。

零售业有这样一句话：开不开店看老板，赚不赚钱看店长。

一个优秀的店长能够提升店面营业收入的30%，这是一个相当可观的数字。

店长之所以会起这么大的作用，是因为店长作为店铺的现场指挥官，是终端店铺的灵魂，在店面的日常经营运作中发挥着至关重要的作用。

店铺的规划管理、经营创新、突出特色，都要靠店长统筹安排，灵活处理。

市场瞬息万变，随时都会有新的情况出现。

很难想象，没有一个高素质的店长来指挥运营，店铺会出现什么样的后果。

但是，不是每一个店员都能够担当重任，他必须要具备出色的职业素养与卓越的管理能力。

怎样提升店长的职业素养与管理能力，是我们长期以来研究的一个重要课题。

通过多方面的实地调查、访谈与研究，我们总结出了不少关于店铺管理方面的共性的东西，也一直将这些奉献给读者参考，这也是我们编写此书的初衷。

《店长手册》用最为平实、通俗的语言，分别从店长的基本素质要求、店面形象管理、店铺经营技巧、货品流转管理、促销管理、团队管理、顾客关系管理、顾客投诉管理、财务管理、店铺安全管理等方面讲述各种专业知识，让店长更容易学习和掌握相关的知识和技能。

本书注重店铺各种实战技能的传授与演练，活学活用，即学即用。

为在职的或将要提升的店长快速提升个人素质、专业技能与经营管理能力，提供了一整套专业、系统、完备、切实可行的岗位培训手册。

当然，任何书籍都只是一种外力，再先进的技巧，再优良的方法，都离不开结合实践，这样才能创造价值。

该书既可以作为各个零售店店长培训的教材，也可以作为店长自学的材料，还是一本指导店长日常工作的手册。

开店容易管店难。

希望店长以及想成为店长的店员，把本书的知识技能应用到自己的工作岗位上，同时也愿本书能够为他们的店铺发展奠定良好的基础，使店铺朝着顾客信赖、生意兴隆的方向不断发展。

<<店长手册>>

内容概要

店长是零售终端的现场指挥官，是终端店铺的灵魂。
他既要完成经营任务又要服务好顾客；既要对公司负责又要对店员负责。
店长是店铺经营成败的关键人物。
因此，作为店长必须要具备优秀的素质和卓越的能力。

本书用最为平实、通俗的语言分别从店长的角色定位、应具备的能力和素质、团队管理、店面形象管理、货品流转管理、促销管理、客户关系管理、客户投诉管理、财务管理、店铺安全管理等方面讲述各种专业知识，让店长更容易学习和掌握相关的知识和技能，并更好的应用到店铺的经营实践，创造更大的效益。

<<店长手册>>

书籍目录

第一章 凭什么当店长——店长的基本素质要求 店长必备的专业技能和素质 店长应有过硬的心理素质 店长的主要职责就是管好店铺 店长必须树立起自己的个人权威 店长技能的自我修炼与提升 勤奋保证店长工作高效

第二章 营造“一寸空间一寸金”的旺铺——店长的店面形象管理 店长必须重视店面形象 店外形象的设计和布置 店内通道的合理设置 安全高效的设备配置 商品陈列的类型 商品陈列的各种技巧 商品陈列的艺术趋向 利用灯光衬托店面和商品 利用音乐和色彩给顾客美的享受 做好店铺的卫生管理

第三章 我的店铺我经营——店长的店铺经营技巧 店铺的类型有哪些 如何经营接触型店铺 如何经营缩入型店铺 如何经营缩入一回游型店铺 如何经营接触—缩入一回游型店铺 了解自己的竞争对手 店铺商圈的管理 店铺竞争策略方法

第四章 做一个优秀的“管家”——店长的货品流转管理 店长要对货品的结构进行优化 如何对存货量进行控制 商品盘点的方法和技巧 如何进行商品的验收 如何打好商品的组合拳 店长要安排好店铺的采购管理 如何做好店铺现场商品的管理 店长要做好商品的库存管理 店长如何督促做好理货、补货

第五章 提高销售额才是硬道理——店长的店铺促销管理 店长要明确促销的目的 店铺促销人员的管理 制订合理有效的促销方案 店铺促销之打折促销 店铺促销之买赠促销 店铺促销之有奖促销 店铺促销之特价促销 店铺促销之限时争购促销 店铺促销要避免价格战 做好促销的评估和总结

第六章 让管人的难题迎刃而解——店长的团队管理 店长如何做好店员的职位设计 如何招聘最优秀的店员 培训店员的方法和技巧 店长如何与人沟通 组建店铺的高效团队 店长必须学会正确授权 激励团队成员的方法技巧 如何解决和店员的矛盾 如何留下有能力的店员 充分调动店员的积极性 如何解决店员之间的矛盾 如何做好店员的绩效考核工作 激发店员的热情和团队精神 店长团队建设的误区 辞退店员的方法和技巧

第七章 如何维护好店铺的“上帝”——店长的顾客关系管理 为什么要进行顾客关系管理 店长都是消费心理分析高手 如何教导店员接待顾客的技巧 为什么要进行顾客分类 不同性格顾客的消费心理 不同性别顾客的消费心理 不同年龄顾客的消费心理 如何把握顾客的购买动机 如何一见面就获得顾客的好感 打好情感攻略这张王牌 如何增加回头客的数量 利用会员制提高顾客的忠诚度 充分利用口碑营销的力量

第八章 独当一面，处理最棘手的工作——店长的顾客投诉管理 分析顾客投诉的具体原因 顾客投诉处理的基本原则 顾客投诉处理的流程 掌握顾客投诉处理的技巧 化解顾客愤怒的技巧 如何做好顾客的退换货处理

第九章 杜绝财务漏洞，提高资金效率——店长的店铺财务管理 店长应该懂得一定的财务知识 设置规范的收银流程 制订合理的财务管理目标 严格现金管理制度 掌握成本控制的方法技巧 做好财务分析

第十章 始终绷紧心中的“安全弦”——店长的店铺安全管理 店长一定要做好火灾防范 遇到抢劫时怎么办 如何处理行窃 突发事件的处理 谨防内部偷盗 仓储用防蛀商品的安全 店铺作业安全管理 店铺防损的日常管理 保证服务环境和店员的安全

参考文献

<<店长手册>>

章节摘录

店铺的类型真可谓是各式各样。

即使是类别相同的店铺，销售的商品也有所不同，地点、大小或装潢也不一样，如果将这些因素都考虑在内的话，就会因为太烦琐而不容易将店铺分类。

在了解店铺的类型之前，我们先来了解以下几个概念：
商品空间：指商品陈列的场所，包括橱柜、平台、架子等。

顾客空间：指顾客观看商品、购买商品的场所。

有的店铺把它设在店铺外，有的在店内和店外都设置。

店员空间：指店员用于接待顾客或作业的场所。

有的店铺把店员空间和顾客空间明显地区隔开，有的则把两者重叠在一起。

店长可以根据这三种空间如何配置，再把商品、销售方法以及店铺的大小等因素考虑进去，那么店铺通常就可以被分成以下四种形式。

1.接触型店铺接触型店铺是指商品空间面临街道，顾客就在街道上购物。

店员大多站在柜台里，被商品空间和顾客隔开。

店员空间又分为大和小两种。

2.缩入型店铺缩入型店铺是指商品空间在店铺里，顾客在店里的顾客空间购物。

店员大多站在柜台里，被商品空间和顾客隔开。

店员空间又分为大和小两种。

3.缩入一回游型店铺 缩入一回游型店铺是指在店铺里面设有顾客可以自由观看商品和回游型商品空间，顾客在店铺里面的顾客空间选购商品。

店员空间又分为固定和不固定两种。

4.接触一缩入一回游型店铺 接触一缩入一回游型店铺是指缩入一回游型店铺加上接触型商品空间。

店员空间分为固定和不固定两种。

通常，我们日常所看到的店铺，全都可以归在这四类中。

我们知道接触型店铺，指的是将商品面对着街道陈列的店铺。

这种形式的店铺，比较适合经营那些可以带回去的商品，或者是那些不需花时间挑选的廉价商品。

另外，接触型店铺，随着店员空间的宽窄可以分成两种情况。

1.店员空间狭窄的情况 当我们来到一些食品店铺，往往就可以看到店员空间狭窄的接触型店铺。

这些店铺商品空间都较为狭小，橱柜也只要一两个，店员的的空间通常设在橱柜的后面，在那狭小的地方还有收银机、包装机、商品存货等并排放着，店员通常只有站的空间。

一般情况下，在一些节假日或是赶庙会的日子，往往也能看到店员空间狭小的接触型店铺，如糖果店、气球店、章鱼丸子小吃店等接触型店铺（店员空间狭窄的情况）纷纷出笼。

每一种店铺都把商品空间朝向街道，顾客在挤来挤去的情况下，选购看到而且产生兴趣的商品。

此外，这些店铺的实地示范也属于这种形式。

由于它们都是面向通道招揽生意，人群才会集中。

如果在商品店里直接招呼的话，顾客会因为警戒心而不想走到店铺前面去。

在如此狭小的店铺里，需要店长们注意的是，不可太积极地接近顾客。

通常说来，越是热心而且有心做事的店员越会想到：这样狭窄的店铺，如果想要提高业绩，只有进行积极地推销。

需要注意的是，正在考虑是否要购买某种商品的顾客，不仅非常犹豫，而且对店员的态度也会十分敏感。

因此当顾客正在考虑的时候，要是受到强烈的接近就会很快离开。

用这种接近手法的店员，好像要占领店铺的样子，这一类的行动被称做“赶走顾客的舞蹈”；要是在这个时候对顾客招呼“欢迎光临”、“您要我为您做些什么”这一类的招呼就被称做“撵走顾客的舞

<<店长手册>>

曲”。

.....

<<店长手册>>

编辑推荐

门店与门店的竞争事实上就是门店店长之间的竞争，一个优秀的店长能够提升店面营业收入的30%以上。

<<店长手册>>

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>