

<<零售江湖之店长>>

图书基本信息

书名：<<零售江湖之店长>>

13位ISBN编号：9787509008553

10位ISBN编号：7509008557

出版时间：2012-8

出版时间：当代世界出版社

作者：余杰奇

页数：152

字数：162000

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>

## &lt;&lt;零售江湖之店长&gt;&gt;

## 前言

零售业是国民经济发展的晴雨表，也是近年来中国发展最快、最具生机的行业。几乎我们每个人都能感受到中国零售业这种翻天覆地的变化，并因这种变化使得自己的生活品质得到提升。

中国零售业发展至今日，已成为一个相对成熟的行业。

如今零售市场的竞争日趋激烈，尤其是随着信息产业的快速发展和普及，零售资讯的交流变得越来越容易，消费者可以轻易地通过互联网，找到任何感兴趣的商品信息，并能够轻松地进行网上交易，这无疑给零售业的从业人员带来了更大的挑战和压力。

零售江湖丛书就是基于目前零售行业现状，充分分析了中国零售消费市场的实际状况，并结合作者多年的智慧经验，以解决零售行业管理实际问题为导向，围绕门店管理和卖场中的人所应具备的素质、技能两个方面展开论述。

论述深入浅出，通俗易懂，同时书中还穿插了大量实例和漫画，使内容能够更加生动形象。

本系列丛书共四本，不仅可以作为零售业从业员的实践指导工具，而且也可以作为零售门店内部的培训教材，同时也是大、中专毕业生进行职业化训练与学习的辅导用书。

《大话零售江湖》分析了中国零售业发展脉络，并从门店建设、商品、销售、服务与门店发展五项核心技能入手，并配以实用的操作工具，有效提升了零售终端人员专业素质。

《零售江湖之店长》从细节入手，阐述了店长应具备的各项能力，同时列举了大量实例，生动形象地让读者全面了解店长工作的各个方面，为店长的工作指明了方向。

《零售江湖之门店》从门店的选址布局、卖场形象、货品管理、人员管理、业绩管理、顾客管理、促销管理等方面展开，详述了门店管理技巧，是专门为门店经营者精心准备的实用手册。

《零售江湖之导购》主要阐述了导购应具备的各项能力，包括心态管理、服务实战、岗位能力素质、销售实战演练、顾客投诉应对、商品陈列、店务处理等，使得读者能够全面、完整地理解导购工作，是一本实用性很强的导购人员从业指导用书。

特别值得一提的是，本系列丛书通过以下的特点，增强了丛书的可读性及可借鉴性。

1. 针对性，实用性 丛书从中国终端零售业的实际出发，理论与实际相结合，管理理念与经典案例相结合，语言通俗易懂，易于大众接受。

本套丛书的各章节都设置了情景化的互动内容，贴近零售终端一线人员的工作实际，具有指导性、趣味性和实用性。

2. 讲求知识的系统性 丛书以培养应用型人才为目标，以“做中学、做中教”为理念，围绕门店的日常运营、管理以及门店业绩提升等要素展开，力求提供一个解决店铺运作环节中各种问题的系统化方案。

这将有利于零售业从业员，在了解自身情况的基础上，有针对性地进行训练，各项能力得到迅速提高。

3. 体例活泼，图文并茂 丛书中包含“案例链接”、“行家点评”、“实战演练”等栏目，并配有漫画图片和有趣的成语故事，使栏目更加丰富多彩，避免理论论述的枯燥乏味，可读性、实用性强。

本套丛书在编写过程中得到众多专家、学者的支持与帮助，在此向他们表示衷心的感谢！

由于零售业领域的管理在国内尚处于探索阶段，本套丛书的推出旨在解行业之急需，仓促中缺点和不足在所难免，欢迎广大读者提出宝贵意见和建议。

余杰奇 2012年7月

## <<零售江湖之店长>>

### 内容概要

零售业是国民经济发展的晴雨表，也是近年来中国发展最快、最具生机的行业。几乎每个人都能感受到中国零售业的这种翻天覆地的变化，因为这种变化和我们生活品质的提升息息相关。

余杰奇所著的《零售江湖之店长(首都职工素质建设工程专版教材)》从细节入手，阐述了店长应具备的各项能力和管理技术，同时列举了大量实例，生动形象地让读者全面了解店长工作的各个方面，为店长的工作指明了方向。

通过学习《零售江湖之店长(首都职工素质建设工程专版教材)》，还可以掌握辅导出好员工的方法，同时知道店长怎样才能成为门店的灵魂。

这是一整套解决门店问题的实操方案，是那些希望成为专业、优秀、高效、有魅力的店长们不可或缺的学习读本。

## <<零售江湖之店长>>

### 作者简介

余杰奇

国家注册高级人力资源管理师，劳动和社会保障部国家注册企业培训师认证班导师，国内著名连锁经营、终端培训管理专家和咨询顾问终端，标准化体系构建咨询项目权威专家。  
守正管理咨询创始人，广州守正企业管理咨询公司总经理。

## <<零售江湖之店长>>

### 书籍目录

#### 第1章 门店管理的核心：目标控制

- 一、销售利润最优化——门店管理终极目标
- 二、从长计议，设计一个好的门店目标
- 三、提高管人能力，管理好一个团队
- 四、管理好库存，保障纯利润
- 五、精细化管理，提升门店价值
- 六、学会成功扮演店长的角色

#### 第2章 提升工作业绩的关键：门店运作

- 一、细分目标，优秀店长的成功管理法则
- 二、常规管理，店长的日常工作重点
- 三、克服工作障碍，细说员工行为管理

#### 第3章 缔造和谐团队的要领：激励与沟通

- 一、赢在工作，职业心态的塑造
- 二、快乐成长，积极心态的塑造
- 三、尊重员工，合理利用激励技巧
- 四、巧用心理暗示，表达习惯积极向上
- 五、“三明治”法，让沟通变得更轻松
- 六、赏识是金，关注员工微小进步
- 七、我的未来我做主，员工职业生涯规划与引导

#### 第4章 提高员工忠诚度：从源头抓起

- 一、耳濡目染，让新员工感受门店文化
- 二、没有规矩不成方圆，规章制度培训
- 三、引导新员工迅速熟悉工作环境
- 四、帮助新员工适应工作流程
- 五、提高员工的销售技能
- 六、潜移默化，让新员工融入团体
- 七、做好员工的事业教练
- 八、轮岗激发工作动力，实现能力提升
- 九、职业规划，让员工和企业一起成长

#### 第5章 高效能管理风格的塑造：自我管理

- 一、四种不良倾向型领导风格
- 二、店长“十戒”
- 三、优秀店长的四种心态
- 四、店长要学会有效地沟通

## &lt;&lt;零售江湖之店长&gt;&gt;

## 章节摘录

第1章 门店管理的核心：目标控制 在竞争激烈、变化莫测的市场上，有一个非常形象的比喻：“门店是战场，产品是武器，销售人员是战士！”

充分说明了门店的重要性。

很多企业也意识到具有战斗力的门店是企业的财源，而要开好一家门店，店长作为门店的灵魂人物尤为关键。

店长身为一店之长，梦寐以求的就是将门店经营好、管理好，细想一下，管理好一个门店还真不是件容易事。

门店管理有哪些内容？

具体要做些什么？

如果你是一个店长，这些都想过吗？

一、销售利润最优化——门店管理终极目标 门店要发展，就务必要有目标，有计划，让各项基本的事务有条不紊，使门店首先步入良性运行的轨道。

为了圆满达到经营目标，应重点抓销售，因为销售本身就是门店的主要业务，只有尽可能地扩大销售额，才能实现门店的利润目标。

因此，销售利润最优化是门店管理的终极目标。

另外，为了取得利润最大化，实现损耗最小化也成为门店重要的管理手段。

提高门店的销售额，似乎是每个零售业者努力的目标。

但是不管提高了多少销售额，如果不严格控制门店各个环节的损耗费用的话，那么门店可能只有很低的利润，甚至没有利润乃至亏损，所有的努力都将白费。

因此，损耗的最小化同样是提高经营绩效的一条重要途径，同样成为门店营运与管理的主要目标。

门店管理目标一般由店长亲自拟定而后实行，主要包括收集信息、SWOT分析、设定目标、选择策略、制定计划以及跟踪和控制。

企业制定管理目标常用的一种方法叫“目标管理”。

目标管理是一种通过划分组织目标与个人目标的方法，将许多关键的管理活动结合起来，实现全面、有效的管理。

它的价值在于将自上而下的目标分解，并与自下而上的目标期望相结合，从而使经营计划的贯彻执行建立在员工的主动性、积极性的基础上，把员工吸引到企业经营活动中来。

很多企业将它作为企业管理计划和控制的手段，并将它当成一种激励员工或评价绩效的工具。

门店管理也可以借鉴这种方法，刺激店员的积极性，促进销售额的增长。

具体方法是：由店长和员工共同制定一个销售总目标，然后同每一个员工的工作相联系，规定其销售目标，以此为指导，来评价一个销售小组或者每一个员工的销售情况。

这种方法不仅可以发掘员工的工作兴趣和价值，在工作中实行自我控制，而且可以让员工通过自身的努力，实现自我价值。

但门店不同于企业，。

它处于市场终端，直接面对众多的消费者，是产品变成消费品的一道龙门。

只有吸引更多顾客，销售更多产品，门店才能拥有翻身跳跃龙门的机会。

那么如何吸引顾客，刺激他们的购买欲望呢？

这不仅与产品的质量、品牌有关，更与门店的形象、销售人员的服务态度有关。

一家门店经营的产品只是“门面”，唯有长期优质的服务才是销售额不断增长的保证。

二、从长计议：设计一个好的门店目标 1. 设定目标的关键事项 经营管理计划是目标管理的源头，目标管理是经营管理计划的实施方法，设定和达成各项工作指标是目标管理的核心手段。

(1)目标设定符合实际 目标设定要根据门店自身的资源、员工销售水平和管理体系的支持能力。

不能只为了“远大”的销售额，制定过高的目标；以避免出现“年初吹气球、年底踢皮球”的局面。

(2)经营目标和管理目标相辅相成 如果没有经营结果指标，管理过程指标就是无源之水，在做无功；如果没有管理过程指标，经营结果指标就缺少保证达成的制度、手段、流程，达到目标只是空中

## &lt;&lt;零售江湖之店长&gt;&gt;

楼阁。

只有经营目标和管理目标相辅相成，才可以把经营业务部门和职能管理部门的责任、职权、利益结合起来，他们既有分工又有协作，共同完成企业的目标，并促进企业可持续发展。

(3)制定目标一定要明确、清晰，不随意变化 有些店员这样描述老板的目标：我们老板的目标简直是飞靶，我们根本不知道下一步它会往哪儿变，假如是导弹发射，我们还可以计算一个抛物线的轨迹，提前做点准备，但我们老板的目标变化一点轨迹都没有，这靶你说怎么打。

可见，如果领导者都没有一个准儿，手下的人一定会乱套的。

(4)评价标准通俗易懂，易于执行 尽可能量化或细化考核项目，在考核时与考核对象进行沟通，根据历史财务数据和预算，制定详细可执行的评价标准、简明清晰的考核流程以及考核表格，才能保证实施。

(5)奖罚分明 目标确定了，会有人不能按时完成，这就有必要实施奖罚制度，这样才可能促进员工的积极性和挖掘员工的自我管理能力和目标管理才能发挥其真正的作用。

任何店长都希望自己定的目标是个好目标，能充分利用门店现有的资源获得最好的发展，但是如何得到一个“好目标”？

店长需要从“长”计议。

2. 销售目标——店长应关心的事情 经营门店以“利润最大化”为终极目标，就要以销售目标为导向，唯有销售上取得成功，门店才能顺利地发展下去。

销售目标包括年销售目标、月销售目标、周销售目标甚至日销售目标，还有更为详细的每日时段销售目标等。

将目标数字化有助于管理者了解门店的情况，从而为员工制定相应的销售目标。

销售目标既不能定得过高也不能过低，过高有损员工士气，过低则激发不出员工销售的潜力。

因此，在定销售目标的时候，一定要根据员工的能力、以往的销售业绩以及当地当季的情况。

另外，制定销售目标时最重要的一点，是让员工把目标看作是他们自己的奋斗目标，让他们参与制定自愿接受这些目标，并且对不适宜的目标加以修正。

P1-3

## <<零售江湖之店长>>

### 编辑推荐

余杰奇所著的《零售江湖之店长(首都职工素质建设工程专版教材)》从中国终端零售业的实际出发，理论与实际相结合，管理理念与经典案例相结合，语言通俗易懂，易于大众接受。

《零售江湖之店长》从细节入手，阐述了店长应具备的各项能力，同时列举了大量实例，生动形象地让读者全面了解店长工作的各个方面，为店长的工作指明了方向。



<<零售江湖之店长>>

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>