

<<店长快速培训教程>>

图书基本信息

书名：<<店长快速培训教程>>

13位ISBN编号：9787122021854

10位ISBN编号：7122021858

出版时间：2008-5

出版单位：化学工业

作者：陈宇//姜华珺

页数：112

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>

<<店长快速培训教程>>

内容概要

本书是《商场超市物流与管理系列读本》的一个分册。

本书结合零售业管理的发展趋势和现代商业服务的相关知识，论述了店长应具备的基本素质和工作职责，以现行工作为实例，详述了店长的零售企业的业态类型、店长的工作职责、门店管理、商品管理、人员管理、财务管理、促销管理、顾客与服务管理、信息管理、安全管理、店长的培训。本书意在使读者切实有效地掌握提升店长能力的技巧和方法，并将这些方法细化，落实到具体工作中，使其行之有效。

本书为商场超市那些想迅速掌握营业知识及技巧的新店长和急需进一步学习提高的经验的营业员编写，同时也可作为零售业策划和咨询人员、相关院校师生的参考书。

<<店长快速培训教程>>

书籍目录

第一章 零售企业的业态类型第二章 店长的工作职责第一节 店长的角色定位一、什么是店长的角色二、店长的角色三、店长的经营理念第二节 店长的地位与职责第三节 店长的日常工作重点一、店长应掌握的岗位知识二、店长日常工作重点第四节 店长应具备的基本素质一、全面的管理才能二、良好的沟通技能三、塑造一个管理者的形象第三章 门店管理第一节 门店布局与商品陈列一、门店布局二、商品陈列第二节 门店气氛营造一、照明二、色彩三、气味四、音响五、通风调温六、清洁卫生第四章 商品管理第一节 采购管理一、质量分析二、价格分析三、账期分析四、促销协议分析五、费用收取六、退换货条款七、订单分析第二节 收货管理一、商品订单的生成二、《商品订单》的信息说明三、收货预约原则四、收货过程五、收货须知第三节 库存管理一、库存的类型二、存货作业的注意事项第四节 盘点管理一、建立盘点制度二、盘点组织落实三、盘点责任区的确定四、盘点前的准备五、商品整理六、准备好盘点工具七、单据整理八、盘点作业九、盘点作业的初点和复点十、盘点作业检查十一、盘点记录后的善后工作十二、盘点作业的账册工作十三、现代化的盘点作业方法第五节 陈列管理一、门店陈列的“磁石点”理论二、商品陈列的基本方法第六节 汰换管理一、商品的品种保证二、优化商品结构第七节 退换管理和缺货管理一、商品的退换货管理二、商品的缺货管理第五章 人员管理第一节 人员的聘用、安排和使用一、人员的聘用二、人力的合理安排和使用第二节 对员工的考核、评估、晋升和奖惩一、对员工的考核、评估二、对员工的晋升、奖惩第三节 对员工的培训、沟通以及人力资源开发一、对员工的培训与沟通二、做好人力资源开发和营造良好工作氛围第六章 财务管理第一节 财务管理的主要内容一、资金管理二、资产管理三、成本管理四、利润管理五、税金的核算及管理六、商品的折价折让管理第二节 加强财务管理的措施一、实行全面预算管理二、加强结算资金管理三、加强存货管理四、健全内部控制制度五、建立计算机分析和管理系统六、加速资金周转七、抓紧高级财务人员的培养和管理八、加强卖场门店经济核算,掌握核算方法第七章 促销管理第一节 定价策略一、“高低价”原则二、差别毛利率定价法三、竞争导向定价法四、不定期的滚动折扣定价法五、严格控制敏感商品价格水平第二节 培养优秀的导购员一、帮助导购人员找准个人定位二、熟练掌握销售服务规范第三节 迎接顾客策略一、问好式二、切入式三、应答式四、迂回式第四节 巧妙处理异议一、异议处理的三大原则二、异议处理的方法第五节 快速成交技巧一、总结法二、激将法(适合于年轻人)三、二择一法四、暗示启发法五、机会不再法六、强迫成交法七、心锚建立法八、愿景描绘法九、利弊分析法十、盛情难却法(适合于长辈陪同给晚辈买产品)十一、抓住习惯法十二、默认法十三、假败方式法第六节 促销管理一、促销的形式二、促销的创新三、促销活动的成功因素第八章 顾客与服务管理第一节 服务用语一、基本服务用语二、礼貌服务用语的正确使用方法三、使用服务用语应该注意的问题四、区分对象第二节 顾客抱怨的处理一、保持心情平静二、有效倾听三、运用同理心四、表示道歉五、提供解决方案六、执行解决方案七、结果检讨第三节 与顾客的沟通一、当顾客的购物参谋二、学会察言观色,区别对待三、顾客购物的四种心理特性四、购物动机第四节 服务项目和服务质量检查一、检查门店便民服务项目二、检查员工的仪表三、现场检查员工的服务态度第九章 信息管理第一节 搜集信息的两种方法一、访问法二、观察法第二节 最有效的调查问卷一、问题设计注意事项二、问题设计举例第十章 安全管理第一节 安全管理项目一、公共安全管理二、内部安全管理第二节 公共安全管理措施一、安全管理的疏漏二、安全管理的改善第十一章 店长的培训第一节 店长培训内容一、角色融入培训二、经营管理培训三、商品管理培训四、销售技巧培训五、行政能力培训六、卖场运作培训七、服务理念培训八、员工教育培训九、团队精神培训第二节 店长日常工作流程培训一、人的管理二、商品管理三、金钱管理四、资讯管理附录 卖场服务技巧参考文献

<<店长快速培训教程>>

章节摘录

第一章 零售企业的业态类型 任何零售企业都是从业态的选择与定位开始的，业态的定位又是以选择什么样的目标顾客为基础的，所以说业态的选择定位过程实际是目标市场的定位过程。

所谓“业态”，是指商业服务于某一顾客群或某一顾客需求的店铺经营形态。

只有十分细致地了解了业态的内涵，才能正确地把握市场目标，做好营销管理。

要在以下几方面做出选择。

1. 目标顾客的选择 选择什么样的目标顾客，满足什么样的需求，也就是要确定商店面向谁？服务于谁？满足什么样需求是业态内涵的一个本质性特征。

2. 适应什么样的消费生活方式和购买方式的选择 消费者的需求在不同的社会经济条件下，具有不同的消费生活方式，并通过一定的生活方式体现出来。

根据这种生活方式和购买方式，来决定开什么样的店。

这是业态内涵的第二个特征。

3. 商品结构的选择 如目标顾客已确定，什么样的商品来服务和满足、迎合目标顾客的消费潮流就是最核心的问题。

4. 商品组合和销售方法的选择 商品组合是根据顾客需求特征、购买心理及企业经营目标的达成，并选择最适合的销售方法把商品和服务销售出去，创造好的经营业绩。

5. 经营方式和管理方法的选择 某种业态是否具有旺盛的生命力，不仅取决于是否能满足顾客的需求，采用什么样的经营方式也成为重要的因素。

在管理方法上运用信息技术是商业的一贯选择。

【例】超级市场的业态类型。

1. 传统食品超级市场 传统食品超级市场是传统小商店的取代者，是超级市场最初的原始模式。

它集中了食品店、杂货店、小百货店、粮店等传统商店各自的单一功能，并综合起来，如今一般体现为社区型中小型超市。

其经营内容一般以食品和日用品为主，其主要目的是便利社区居民的简单购物。

<<店长快速培训教程>>

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>