

<<服务的细节>>

图书基本信息

书名：<<服务的细节>>

13位ISBN编号：9787506044080

10位ISBN编号：7506044080

出版时间：2012-2

出版时间：东方出版社

作者：和田谦二

页数：150

译者：党蓓蓓

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>

## <<服务的细节>>

### 内容概要

《服务的细节·让顾客爱上店铺1：东急手创馆》主要内容包括:30年前开始的长尾理论、店员是原木工和原机械工、试着摆上连专业人士都能用到的商品吧、通过电话簿寻找供货厂商、把缺点和弱点变为商店的“武器”、“外行”开创的商店诞生、自己动手装零件、提高对信息的敏感度、数十日元的零部件，一个一个用袋装和不惜成本充实商品品种的理由等。

## <<服务的细节>>

### 作者简介

和田谦二，日本销售研究所首席研究员。  
1959年生于爱媛县。  
爱媛县立南宇和高中毕业后，进入三和银行工作四年半。  
历任柜台职员、大客户经理等职位。  
之后，为了发挥自己的音乐兴趣进入唱片连锁店公司工作，并于1983年在大阪千日前开了摇滚和爵士音乐专营店。  
无视“畅销商品”。  
以专业精神的硬派做法对抗外资企业的大型准片连锁店。  
1991年进入东急手创馆工作。  
负责家具、装修材料、卫浴用品、收纳用品以及户外用品的进货管理。  
2007年辞职。  
以在服务行业中磨炼的“语言力”为武器，现活跃在写作和演讲等领域。

## <<服务的细节>>

### 书籍目录

#### 前言

为什么没有“想买东西”的店铺呢?握着“钥匙”的f3#l-汉

#### 第一章 30年前开始的长尾理论

秘密1 店员是原木工和原机械工

秘密2 自己动手装零件

秘密3 不管是10日元的螺丝钉, 还是5万日元的钻孔机都是同等待遇

秘密4 比POS系统更重要的人员体系

秘密5 意外地与亚马逊之间的共通点

本章小节

#### 第二章 为了一个顾客而进货

秘密6 连“暖壶的橡皮垫”也会购进

秘密7 卖1万日元的桧木浴室椅子

秘密8 将专业用的商品向家庭提案

秘密9 不是“我也买了”, 而是“我也在用”

秘密10 当认为“这个无法推荐”时, 应当机立断不能卖

本章小节

#### 第三章 店员过剩的知识便是商店的个性

秘密11 想要采购直升飞机的男人

秘密12 工作现场就像“校园庆典”

秘密13 孤僻者成为有魅力的销售员

秘密14 以“几次进入击球位置”来进行考评

秘密15 时刻记住“这里是我的卖场”

本章小节

#### 第四章 只有通过实际触摸, 才能给出提案

秘密16 寻找肥皂不会滑出的肥皂盒

秘密17 什么是可以“传递故事”的陈列?

秘密18 在采购商品的同时导入“信息”

秘密19 “自己的感觉”胜过“网络”

秘密20 持续开拓新供货商

本章小节

#### 第五章 零售业的复活, 手创馆的复活

谏言1 东急手创馆可以继续维持下去吗?

谏言2 无法提案就无法存活

谏言3 不要习以为常, 要做“外行”

谏言4 购物是具有娱乐性的事

谏言5 网络和实体店的融合

本章小节

#### 后记

## &lt;&lt;服务的细节&gt;&gt;

## 章节摘录

为了销售商品，有时需要抛开零售业的“常识”和“固定观念”。

因为想要打开不良局面，否定以前被认为是理所当然的事情，就必须以自由的想象来重新审视店面布局，这是有道理的。

灵活多变的店面摆设往往更能吸引顾客的反复光顾。

说到抛开“常识”，可能很多人会感到不安。

甚至也许有人会反驳说：“不对，坚持销售的基本常识是非常重要的。”

此时，我就要反问：“你知道现在为什么零售业会陷入苦战之中吗？”

由于零售业原本是以顾客为对象，充分应对顾客需求的变化是理所当然的。然而，如果拘泥于以往的常识，就不能充分应对这种需求的变化。

面对不断呈现出多样化的顾客兴趣，商店却无多大改变，这难道不就是现状吗？

可以说，如果拘泥于常识，员工就会在“我们是做某某行的，所以不必...”、“通常这样处理就行吧”的思维之中，将种种可能性拒之门外。

并非单纯卖东西的工作在此想请您思考一下，像东急手创馆这样的店铺，应该被称作什么？

百货店、量贩店、家庭中心、兴趣商店、杂货店.....。

迄今为止已有各种各样的叫法。

但我完全没有这些分类意识。

恐怕几乎所有东急手创馆的员工也是这样吧。

“东急手创馆就是东急手创馆”，除此之外想不出还有什么其他叫法。

1976年（昭和五十一年）10月，作为1号店开张的藤泽店正面入口处有个全玻璃墙的工作室。这用零售业的常识是难以想象的。

新开张的第1号店，最吸引顾客注目的地方不是陈列的商品，而是工作室。

看见工作室中员工们拿着各种各样的工具在工作的样子，初次来店的顾客一定会感到惊讶吧。

但我想，仅凭此一点就能让人明白东急手创馆的个性。

因为我们不只是卖东西，而是在提议一种新的生活方式和价值观，所以不拘泥于以往的常识是理所当然的。

更何况每天都在兴致勃勃地想着“接下来该做什么了”呢！

.....

<<服务的细节>>

编辑推荐

零售业“外行”成功打造的非常卖场， 不能卖给顾客的商品 想要采购直升机的店员

## <<服务的细节>>

### 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>