

<<门店精细化管理>>

图书基本信息

书名：<<门店精细化管理>>

13位ISBN编号：9787509543832

10位ISBN编号：7509543835

出版时间：2013-5

出版时间：中国财政经济出版社

作者：邵昌宝

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>

<<门店精细化管理>>

前言

感悟发展之道，实现品牌崛起 众所周知，门店管理者是店铺的核心领导人，他们的能力决定着店铺的发展，优秀的管理者可以起到很好的纽带作用，将公司的政策传达给基层员工；同时他们亦是企业决策的执行人，对品牌营销和推广起着积极作用。

为了顺应不断变化的市场需求，门店管理者还应站在经营者的立场上，系统、科学地分析店铺营运情况，将企业的经营理念贯彻下去，执行品牌策略，从而推动业绩的提升。

门店是一个团队，单靠店长的个人努力，无法实现品牌推广的目标，必须由整个团队向该方向共同迈进，由此可见，管理者对员工的辅导也非常重要，授人以鱼不如授人以渔，如何让员工学会自己寻找解决问题的突破口，从而带动整个门店的发展才是管理关键。

本书共分为七大章节，分别从不同角度阐述了门店精细化管理的基本法则，其中，门店运作管理、商品管理、销售管理、实现员工激励等，都是“精细化管理”的重要组成部分，对于每一项要素，本书中都做了非常详细的解释，意在帮助读者理解其中的含义，并提炼出当中的精髓，运用于实际工作中。

除此之外，本书还具备以下特点： 结合生动案例，让陈述更加形象。

书中的每一节都为读者列举了生动的案例故事，把要表达的内容融合于故事中，帮助读者更加直观地领会本书介绍的方法。

同时也希望大家能反复研读这些案例和故事，经过学习和思考，有所进步，成为管理达人。

思路清晰的分析，为你开辟新的管理空间。

每一节还做了非常系统的分析，把具体的管理方法有条理地一一列出，还在其中穿插了不少事例，希望读者能够很快地领悟这些道理。

条理清晰，语言流畅，方法精确提炼。

本书另一大特色是，从不同的角度阐述方法，条理清晰、语言流畅，把门店管理中所涉及的要素一个个提炼，再通过不同的讨论方式进行探究，尽可能做到面面俱到。

如今，市场竞争日益加剧，如何让门店在众多品牌中立足，并且得到发展，成为管理者首当其冲要考虑的事情，冰冻三尺非一日之寒，实现品牌崛起无法一朝一夕完成。

相信每一位读者都能从本书中找到最需要的内容，并将书中介绍的管理方法运用于日常工作中。

唯有如此，才能步步为营，一边学习，一边感悟发展之道，真正实现品牌崛起！

<<门店精细化管理>>

内容概要

《门店精细化管理》由邵昌宝所著，《门店精细化管理》共分为七大章节，分别从不同角度阐述了门店精细化管理的基本法则，其中，门店运作管理、商品管理、销售管理、实现员工激励等，都是“精细化管理”的重要组成部分，对于每一项要素，本书中都做了非常详细的解释，意在帮助读者理解其中的含义，并提炼出当中的精髓，运用于实际工作中。

<<门店精细化管理>>

作者简介

邰昌宝 品牌顾问、门店专家。

十五年门店连锁培训管理经验，成功运作20个以上门店精细化管理咨询项目，500多场门店管理课程讲授，深入参与30多家零售连锁企业运营管理。

现担任国内多家知名咨询管理公司特邀讲师。

擅长门店连锁精细化运作与个性化管理体系建设与维护，首创“中国零售业黄埔军校——赢在终端”系列课程。

<<门店精细化管理>>

书籍目录

第一章 从普通到卓越的跳板：门店精细化管理 一、哪些因素推动员工能力的发展 决定员工能力的几个重要因素 是野草还是大树关键在于培养 达成公司、客户、顾客、个人目标 二、门店标准化运作的关键点是什么 “人”：创造业绩的永远是人 “货”：货无质量无异于无水之源 “销”：销路畅通财富才能无阻 “场”：好环境才能刺激消费欲望 三、开启门店精细化管理的财富大门 人员管理：对员工进行培训、管理和激励 商品管理：时刻关注物流、账务和运作 销售管理：目标、促销、服务、顾客一个不能少 卖场管理：店铺形象、营业流程、商品陈列、信息整理都要精 四、为你画一张学习地图 第一幅图：门店流程管理 第二幅图：有效的商品管理 第三幅图：店铺销售管理 第四幅图：店铺服务质量监控第二章 走进零售门店训练营：门店运作管理 一、门店管理者职责：店面管理者是做什么的 协助各级主管开展工作，培训员工 巡访店铺，监控店铺管理等工作正常运作 针对存在问题，提出解决方案 协调各个部门直接的沟通 监控营运制度的执行和考核 市场信息反馈 协助处理客诉 二、门店管理要遵循的流程 新开业店铺辅导与营业店铺辅导有何不同 门店管理者的终端工作内容有哪些 门店管理者在店铺如何有效开展工作第三章 让门店业绩倍增的秘密：有效的商品管理 一、走进商品的万千世界，管理有何花样 商品管理在终端经营管理中有多重要 终端商品管理所涉及的范畴 如何有效执行商品管理 如何通过商品管理达成营业目标 二、如何有效进行商品管理 补货不及时，鸭子煮熟也飞走 做好库存货品管理的四个要点 定期进行盘点作业 货品防损(如何有效防范内部损耗、外部损耗) 货品分析是基础 恰到好处地处理畅销、滞销品第四章 提升门店业绩的催化剂：店铺销售管理 一、销售业绩不好的三大“致命伤” 一开始就没有营业目标 不知如何分解目标 不懂如何监控营业目标的达成 二、销售目标和业绩从何而来 制定切实可行的销售目标 目标分解与执行——店铺赢利的有力保障 恩威并施，指导店铺达成目标 通过数据分析发现问题并解决问题第五章 协助店铺飞跃发展的润滑剂：店铺服务质量监控 一、为什么要进行服务监控 提高服务质量，保证品牌优质化发展 获得工作考核指标和管理的改善 通过表面问题发掘潜在问题 开发新的辅导项目 二、“神秘顾客”调查方法的运用 什么是“神秘顾客”调查方法 监测目的：改善终端店铺管理 “神秘顾客”有哪些核查内容 三、VIP管理，抱紧你的大摇钱树 顾客投诉时，逃避还是面对 培养长期忠诚客户 善于处理突发和紧急事件第六章 人人都可成为钻石：门店员工辅导与激励 一、你的辅导管用吗 “零售人才观”的三重反思 辅导认知的两级过渡 辅导资源的有效整合 辅导员工如何从优秀向卓越成长 二、从“西游记师徒”透视店面员工教导模式 了解员工表现不良的现象及原因 不同性格员工分派工作与“OJT教导法” 带教店面新进员工的“六个关键” 店面不同性格老员工管理模式 店面现场人事问题处理的思路与方法 不同领导风格与不同的员工，如何保持门店的稳定性 三、店面有效激励离不开早例会管理 会议主持人控制会议的时间和气氛的三大技巧 早、中、晚会议召开技巧 会议达成内容跟进四步骤 有效激励店面员工的20个法则 四、辅导有方，人人都能成为耀眼的钻石 辅导有目标，员工有动力 辅导有技巧，做事有效率 按程序辅导，忙也不慌乱 按捷径辅导，成长更快速第七章 处处精细步步为营。品牌崛起不是梦 一、有目标的天空分外蓝 你知道的和不知道的目标 终端目标管理的重点体现 崛起需要至少达成三个目标 二、卓越店长不忘管理自我 个人、人际关系、管理层面、组织层面的自我审视方法 门店领导者的四种行业风格 零售店长情境领导的四项行为 门店管理有效授权的四种模式 零售店长领导艺术的五种境界 由“超级导购”到“团队教练”的四个角色转换 三、打造高绩效团队，让门店业绩倍增 团队建设的“四有”原则 零售团队模式分析 零售团队凝聚力的三个关键 团队冲突处理六步骤 如何达成团队共识 门店高效销售执行力六步骤

<<门店精细化管理>>

章节摘录

众所周知，门店的良性发展要靠各方工作的支撑，如果员工在每个环节都有出色表现，店铺才会从中受益。

管理门店团队，应当重视员工的协作能力，他们配合得好，工作才能有效开展，在协作的过程中，个人能力的好坏直接影响团队工作的进度。

譬如一个人的背景优劣，受过的教育程度、经验、修养和知识水平高低将决定这个人的工作起点处于什么样的位置上。

相应的，市场环境和平台的好坏同样能左右员工未来的发展前途。

当然，这些主客观因素不足以完全改变人的一生。

常言道，命运掌握在自己手中，员工进入门店工作以后，能否找到适合自己的工作方法，将技能充分地学以致用，并不断提升自己的销售素质、执行力以及团队协作能力，才是决定员工在未来发展舞台上能力大小的更重要因素。

注意，这里我用“更”而不是“最”，如开篇所言，例如，在团队协作环节中，又会有许多分支因素，比如沟通就非常关键。

不少学员反映员工没有丰富的销售经验，修养也不高，这是普遍存在的现象，尽管他们尽力培训员工，却很难达到理想效果。

因此，由于员工受到知识水平的约束，加上个人背景不一，管理者在制订培训方案的时候，需要考虑每个人的不同情况，才能在提升员工素质的同时，帮助他们提高行动能力。

此外，工作方法也很重要，但是由于个人习惯存在差异，员工解决同一个问题使用的方法却不尽相同，作为管理者，帮助他们找到最适合自己的方法，才是推动门店发展的正确选择。

这里，我向大家讲述一个故事：张辉是一家服装店的老板，也是我的学员之一，他曾对我说：“老师，店员换了好几批，总是不能让我满意，他们究竟应该具备哪些能力？”

我诚恳地提出我的建议：“你不妨换个思路先考虑下，服装店的日常工作都有哪些？”

他告诉我：“需要进货，验货，谈价格，还得将衣服陈列出最理想的效果，开店的重要工作当然是面对客户，得让客户愿意买产品，还能要抓得住‘回头客’，把我们的品牌宣传出去。”

我问：“只有这些了吗？”

他想了想，又罗列出一些：“员工做事的效率也很重要，我的要求，客户的要求，都应该迅速完成，当然，我希望员工有团队合作意识。”

我笑了笑说：“你明明知道自己需要什么样的员工嘛。”

张辉若有所思地说：“我是不是应该从员工身上发掘这些能力，而不是不断换人？”

我告诉他：“其实，在你选择员工之前，就应当有目的地寻找需要的人，而不是不假思索地请他们来做事，当然，已经在你门店工作的店员，可能都不是‘完美’的，所以，找到原因还不行，还需要你培养他们，将他们打造成优秀员工。”

第一期培训课结束后，张辉对我说：“老师，多亏了您之前对我说的话，不仅免去了我不断换店员的成本，还让我的服装店发展地越来越好，我的工作也轻松多了。”

很多管理者可以从繁重的工作中抽出时间做其他事情，是因为他们掌握了良好的方法，知道自己需要拥有哪些能力的员工，并将其招至麾下，在门店发展的过程中，他们也在不断帮助员工提高素质，店员的能力更强，管理者的工作更轻松，门店的发展才会“更上一层楼”。

那么，如何让自己拥有优秀员工呢？

根据门店具体情况找员工。

我常常对学员说，尽管传授给你们很多管理经验，但是在实施过程中，还得因人制宜，对症下药。

你顺利地把员工请来，但却不一定会用人。

例如，A店刚刚开业，C店是一家“老字号”，这两家店对员工的要求截然相反，A店注重员工的品牌推广能力，是否能将产品卖出去，让客户记住该品牌，对员工来说是最大挑战，要求他们有较强的销售能力，善于抓住客户心理的店员更受青睐。

C店的品牌具有一定号召力，在已经有固定客户的情况下，员工能否将品牌的优势延续下去，保持该

<<门店精细化管理>>

品牌的市场占有率很重要，如果员工有创新精神，并且有较高修养，对于赢得客户有非常大的帮助。可见，管理者在选择员工之前，应当充分考虑门店的实际情况，在前来应聘的人当中，找到最适合的员工，并且将他放在最适合的岗位，员工能够胜任工作，对管理者来说有利无害。

多关注“特殊能力”。

如果你想一次性就招聘到世界上最优秀的员工，我劝你还是脚踏实地些好，不要妄想找到十全十美的人，这会让你花去更多精力。

其实，管理者应当多关注员工的“特殊能力”，例如，一些针对性、专业性强的特殊技能可以让他们顺利完成一些重要环节：店员需要每天面对客户，沟通能力很重要；如何知晓客户的心理，就在于他是否有丰富的经验；员工的工作方法，决定了他的工作效率；他们是否善于团队协作，关系到门店的整体运营……至于其他方面的技能，可让员工在后期的锻炼中不断成长。

管理者与其花时间寻找“十全十美”的员工，不如多看看现有员工身上的优势所在，如果这些优势正是你需要的，对你而言他便是最有价值的员工。

通过科学的培训解决问题。

不少学员向我抱怨：“员工素质不达标。”

我问他们：“要如何处理这些员工呢？”

“换掉！”

“频繁换员工并不代表你就是一个好的管理者，聪明人的做法是通过培训解决这些问题。”

据我了解，很多门店管理者都会组织员工培训，却收效甚微，原因在于他们将培训看成一种形式，甚至当成管理流程的一部分，使得培训本身的作用没有得到很好发挥。

P2-5

<<门店精细化管理>>

编辑推荐

《门店精细化管理》由邵昌宝所著，从不同的角度阐述方法，条理清晰、语言流畅，把门店管理中所涉及的要素一个个提炼，再通过不同的讨论方式进行探究，尽可能做到面面俱到。

如今，市场竞争日益加剧，如何让门店在众多品牌中立足，并且得到发展，成为管理者首当其冲要考虑的事情，冰冻三尺非一日之寒，实现品牌崛起无法一朝一夕完成。

相信每一位读者都能从本书中找到最需要的内容，并将书中介绍的管理方法运用于日常工作中。

唯有如此，才能步步为营，一边学习，一边感悟发展之道，真正实现品牌崛起！

<<门店精细化管理>>

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>