

## <<如何成为优秀店长>>

### 图书基本信息

书名：<<如何成为优秀店长>>

13位ISBN编号：9787513606004

10位ISBN编号：7513606005

出版时间：2011-4

出版时间：中国经济出版社

作者：杨鑫 主编

页数：561

字数：700000

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>

## <<如何成为优秀店长>>

### 内容概要

中国零售业和服务业经济的高速发展，迫切需要成千上万的优秀店长人才。杨鑫主编的本书从我国店铺经营管理的实际需要出发，涵盖了优秀店长必修掌握的基本知识、技能、策略和方法等核心内容，具体包括我国连锁、专营、特许经营零售商业经营模式的特点、优秀店长的重要作用与职责、优秀店长的素质要求、店铺的经营、店铺的营销、店铺的管理等。本书旨在阐述店长如何做人、如何做事、如何开店、如何管理店面、如何带领团队赢利及如何成为一名优秀的店长等。

本书是职业店长培训和自学指定教材，也可以作为高职高专及大学相关专业教材使用。

## <<如何成为优秀店长>>

### 书籍目录

#### 上篇 店铺经营

- 第一章 现代商业
  - 第一节 现代商业的特点
  - 第二节 现代商业的职能和组织形态
  - 第三节 商人和现代商业人才
- 第二章 零售业经营
  - 第一节 零售和零售商
  - 第二节 零售业分类和变革
- 第三章 连锁和专卖店经营
  - 第一节 现代商业模式
  - 第二节 连锁经营
  - 第三节 特许经营
  - 第四节 专卖店经营
- 第四章 店长的定位、职责和能力
  - 第一节 职业店长的定位
  - 第二节 店长的职责
  - 第三节 专业店长的素质和能力
- 第五章 店铺经营思想与伦理
  - 第一节 中国传统经营思想
  - 第二节 中国传统经营思想的精髓及其局限
  - 第三节 西方零售业店铺经营伦理
  - 第四节 现代中国零售业店铺的经营伦理
- 第六章 店铺经营环境与分析
  - 第一节 店铺经营环境概述
  - 第二节 店铺经营环境分析
  - 第三节 店铺经营环境评价的方法
  - 第四节 店铺经营机会和风险分析
- 第七章 店铺经营策划与谋略
  - 第一节 店铺经营策划
  - 第二节 店铺销售计划
  - 第三节 中国兵书与店铺经营谋略
- 第八章 店铺投资与融资
  - 第一节 店铺经营投资
  - 第二节 店铺经营融资
- 第九章 店铺经营文化与创新
  - 第一节 企业文化
  - 第二节 店铺文化和创新
- 第十章 店铺经营法律与法规
  - 第一节 劳动合同法法律制度
  - 第二节 交易的法律表现形式及保障
  - 第三节 店铺经营的税收法律与法规
  - 第四节 店铺设立与经营过程的税收筹划

#### 中篇 店铺营销

- 第十一章 店铺目标市场选择
  - 第一节 零售市场细分

## <<如何成为优秀店长>>

- 第二节 店铺目标消费者选择
- 第三节 店铺市场定位
- 第四节 零售组合
- 第十二章 店铺位置选择
- 第一节 店铺位置选择过程
- 第二节 商圈分析
- 第十三章 店铺门店形象
- 第一节 店铺形象与消费者行为
- 第二节 店铺店面设计
- 第三节 店铺内景设计
- 第十四章 店铺定价策略
- 第一节 店铺定价的目标与程序
- 第二节 店铺定价的方法艺术与技巧策略
- 第三节 店铺定价的动态调整
- 第十五章 店铺促销策略
- 第一节 店铺促销概述
- 第二节 店铺促销的方式
- 第三节 POP广告促销
- 第四节 店铺促销方案的制定实施与评估
- 第十六章 店铺顾客关系
- 第一节 接待顾客
- 第二节 处理顾客投诉和抱怨
- 下篇 店铺管理
- 第十七章 店铺人力资源管理
- 第一节 店铺人力资源管理概述
- 第二节 店铺人力资源管理的基本职能
- 第三节 店铺人力资源管理的主要技能
- 第十八章 店铺商品管理
- 第一节 店铺商品配置决策
- 第二节 商品配置策略
- 第三节 商品的采购管理
- 第四节 商品的存货管理
- 第十九章 店铺财务管理
- 第一节 店铺流动资产管理
- 第二节 店铺固定资产管理
- 第三节 店铺成本费用管理
- 第四节 店铺主要经营财务指标分析
- 第二十章 店铺信息系统管理
- 第一节 店铺信息系统的结构和功能
- 第二节 店铺POS机应用
- 第三节 店铺网上购物平台应用
- 第二十一章 店铺卫生和安全管理
- 第一节 环境卫生管理
- 第二节 卖场安全管理

## &lt;&lt;如何成为优秀店长&gt;&gt;

## 章节摘录

现代商业的服务职能，往往依托信息技术和现代化管理手段来推进。  
传统商业服务以体力为主，现代商业服务往往以信息技术为主。

（三）调节职能（也叫统一职能） 这是指通过商业活动促进生产消费在观念上的结合，时空上的统一，实物上的满足，从而完成扩大商品需求，创造供给，促进市场供求的协调和统一。

随着人类社会经济生活的进步以及社会分工的发展，生产与消费之间逐步从统一走向分离，在时间，空间，数量等方面产生隔离，而且距离越来越大，产生供给与需求的不一致性。

调整这个距离，促进供求矛盾的统一和缓解，这是商业重要的职能。

商业的调节职能主要表现在通过商品的运输，储存产生时空效应，把生产和消费统一起来。

商业运输是谋求商品产销在空间上的统一。

通过生产运输，批零运输和零售企业传递商品，促进产品位移，创造地域效应，缩短生产和消费在空间上的距离；商品储存是谋求商品产销在时间上的统一，消除生产与消费之间存在的时间差异，创造时间效应，促进商品供给与商品要求的协调和统一，现代商业中的现代物流，是以网络，通讯，电话，计算机为载体的，具有高科技含量和技术密集型的特点，是一种高新技术为一体的先进组织方式和管理技术，它对降低商品流通成本，协调消除生产和消费在时空上的差异，实现经济高效运行具有极其重要的作用。

（四）融资职能 商业的融资职能，是商业在组织商品流通活动中必须具备的一种职能。

因为商业在实现商品所有权转移，完成商业最基本的交换职能过程中，资金供应和使用是极其重要的。

商业活动是货币运动带动商品运动，也是垫支资本的活动，必须以商业资本的存在为前提。

商品从生产者向消费者转移，而反过来，货币又要从消费者向生产者移动。

在现实生活中，生产者得到的货币，一般并不是直接由消费者支付的，而是由商业部门代替消费者购进商品，代其支付货款，然后再卖给消费者，收回货款。

因此，商业部门就称为暂时对消费者实行的资金垫付。

正由于商业部门本身就有着融通资金的职能，所以，商业的存在，可以缩短再生产过程，促进社会劳动生产力的不断提高。

现代商业融资职能既表现在购销活动过程中的代支代付，也表现为预购，订购，赊销和消费信贷等多种形式。

&hellip;&hellip;

## <<如何成为优秀店长>>

### 编辑推荐

做生意是门大学问，生意场上既有一进一出的赚与赔，也讲究一进一退的人情练达。只一味地考虑赚钱，很容易触动他人的雷区，为自己埋下一颗定时炸弹。做生意本质上就是做人，&ldquo;和气生财&rdquo;永远是生意场上的不变法则，要想赚大钱就要有&ldquo;生意不成，人情在&rdquo;的气度。

对于生意人来说，单纯的模仿和跟风无异于拾人牙慧，终究难成大气候。那些亿万富豪、商界领袖，无一不是新潮流的开创者，他们善于在模仿中创新，在创新中辉煌。

一个100%负责任的人，首先要学会发自内心的感谢，而拥有一颗感恩的心是成功的起点。很多店长在生活和工作中稍微遇到逆境，就开始抱怨，但他并没有意识到，他所缺少的东西正是他对生活感恩得还不够多。

店长主要职责：负责公司特定品牌专卖店零售展厅管理工作，促进品牌知名度、市场占有率、销售业绩的提升等。

了解品牌的经营方针，依据品牌的特色和风格执行销售策略，遵守公司各项规定，执行上级指示，完成公司下达任务，负责管理专柜的日常工作，监督考核导购的工作表现，及时反映员工动态，商品交接的准确无误，负责店铺内货品补齐，商品陈列，协助主管处理与改善专柜运作的问题，协助主管与所在商场的沟通与协调，定时按要求提供周围品牌在商场的公关推广活动，了解周围品牌销售情况，登记并提供每天店内客流量资料。

<<如何成为优秀店长>>

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>