第一图书网, tushu007.com

<<卓越服务的30个习惯>>

图书基本信息

书名：<<卓越服务的30个习惯>>

13位ISBN编号：9787802342651

10位ISBN编号：7802342651

出版时间：2008-9

出版时间：中国发展出版社

作者：祝文欣 编

页数：231

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

前言

这是一个什么样的时代？
对于这个问题，众说纷纭。
无疑，这是一个风云激荡的时代，也是一个机会频生、奇迹迭出的时代，更是一个人人都渴望成功而且有很多机遇成功的时代。
统观零售行业也是同样道理。
人人都渴望成功，但是，透过时代的滤镜，纵使是成功者，不成熟者也不乏其人：或为语言上的巨人，实为实践上的矮子；或为财富上的富翁，却是精神上的乞儿；或在偶然中一跃龙门，却在零售业激烈的市场竞争中销声匿迹……　　我们生存的时代可以称之为“五化”时代，即知识资本化、创新加速化、教育终身化、经济全球化、竞争白热化，要在这样一个时代中生存，学习是唯一的途径。
唯有知识才能改变命运，只有学习才能成就未来。
首先，时代逼迫你学习。
当今零售业市场，唯一不变的就是“变”，一是变化快，一日千里；二是变化多，千变万化。
一个零售人员必须了解时代、把握时代，只有真正把握了时代的脉搏，才能不被时代所抛弃。
诚如诸葛亮所吟唱的那样：“大梦谁先觉？
平生我自知”！
在21世纪，不学习的人，是废人；不充电的脑袋，是石头；不学习的组织，是坟墓！
其次，竞争逼迫你学习。
虽然，自20世纪90年代以来，零售业已经是中国经济改革中变化最快且最具活力的行业之一，但进入21世纪后，我国零售业面临的是加入WTO后的巨大挑战。
自2005年我国零售业全面对外开放，接踵而至的是沃尔玛、家乐福等世界一流零售企业的近距离竞争，中国零售业要突围、要崛起、要强大必定要经历一场求新求变、脱胎换骨的转变。
最后，发展逼迫你学习。
目前，数以万计的企业开始创建学习型企业，有自己的培训中心，千方百计地让自己的员工多学习、多充电，实现人才升值。
美国IBM公司在本土每年花费1亿美元用于进行130万人次的继续教育；福特汽车公司每年要开设2000项有关人才培训内容。
安于现状、不思进取的结果只能是不断贬值、被淘汰出局。
无疑，不论对企业，还是对个人而言，不断学习是与时俱进、不断超越的唯一途径。
对于零售业从业人员来说，成功的标志究竟是什么？
成功有无必然性？
成功的必然之路在哪里？
作为店长如何制订自己的职业规划，从而成为明日的富翁？
作为督导如何做好自己的人生设计，从而步步为营，改变自己的命运？
谁是卖场的上帝？
顾客！
如何抓住上帝的心理，使销售无往不利？
如何成为一个优秀的教练式管理者？
如何利用晨会达成一天的销售目标？
店铺如何选址，如何规划，如何布局？
“旺季取利，淡季取势”，面对销售旺季如何未雨绸缪，决胜旺季？
面对市场淡季，如何拉动市场，火烧淡季……　　针对上述种种问题，中研国际品牌管理咨询机构精心策划了专注于零售终端的中研零售商学院“人、店、货”系列丛书。
本系列丛书围绕人员、店铺、货品，这零售终端的三大关键问题，分别阐述如何全面把握、有效利用这三大要素，不断提高终端销售业绩，力图给正在零售之路上探索、拼搏的零售业大军以强有力的支持与引导。

知识改变命运，学习成就未来。
成功的实质，并不是战胜别人，而在于战胜自己。
你不可能也不可以去阻止别人的进步，你唯一能够改变的就是自己。
而改变自己的唯一道路就是学习！
零售业的朋友们，当你明白了这一点，还犹豫什么呢？
赶快阅读本系列书籍，让我们一起学习，一起进步吧！

内容概要

对于零售业从业人员来说，成功的标志究竟是什么？
成功有无必然性？
成功的必然之路在哪里？
作为店长如何制订自己的职业规划，从而成为明日的富翁？
作为督导如何做好自己的人生设计，从而步步为营，改变自己的命运？
谁是卖场的上帝？
顾客！
如何抓住上帝的心理，使销售无往不利？
如何成为一个优秀的教练式管理者？
如何利用晨会达成一天的销售目标？
店铺如何选址，如何规划，如何布局？
“旺季取利，淡季取势”，面对销售旺季如何未雨绸缪，决胜旺季？
面对市场淡季，如何拉动市场，火烧淡季…… 针对上述种种问题，中研国际品牌管理咨询机构精心策划了专注于零售终端的中研零售商学院“人、店、货”系列丛书。
本系列丛书围绕人员、店铺、货品，这零售终端的三大关键问题，分别阐述如何全面把握、有效利用这三大要素，不断提高终端销售业绩，力图给正在零售之路上探索、拼搏的零售业大军以强有力的支持与引导。

作者简介

祝文欣先生，中国零售业著名营销管理专家、中国连锁经营协会零售业顾问、中研国际首席零售管理顾问。
在与国内外著名品牌管理咨询机构多年的合作与交流中，祝先生积累了丰富的零售终端管理、渠道运作、市场战略规划的经验，尤其擅长卖场选址、卖场布局、卖场订货、卖场促销、卖场人员管理等。
祝先生足迹遍及中国28个省，50多个城市，主持过1000多场专业培训课程，服务过200多家连锁零售企业，以及50多家知名商场，拍摄了专门针对零售终端的系列光盘《店铺业绩提升之天龙八部》及其他专业VCD产品200多集，主编出版了30余本品牌打造及加盟商终端管理专业书籍。
多年来祝先生一直秉承“传道、授业、解惑”，“心怀助人之心”的理念，致力于将中外先进的零售终端经营理念、营销管理模式引入中国零售业，是零售业不可多得的实战派专家、顾问。

近年来主讲过的部分大型活动：2001年 中国连锁经营协会主办服装行业论坛主讲：《创建连锁零售企业的快速反应模式》2002年 虎门国际服装博览会论坛主讲：《生产型企业如何转向品牌零售型企业》2003年中国连锁经营协会主办服装行业论坛主讲：《加盟商如何投资服装品牌》2004年人民大会堂，由高科技产业化研究中心和人民日报社主办的首届中国市场战略论坛主讲：《赢在品牌决胜终端》2006年与中国500强企业之一的国美集团强强联手，推出《品牌创富 渠道为王》全国大型主题对话巡回论坛主讲：《国美渠道战略》2007年 与杭州市政府等联合成功举办经销商千人财富论坛《渠道创富 缺胜终端》，及首届百货行业的沟通交流财富论坛。
主讲：《中国零售业的十大商机》部分服务客户：燕莎友谊商场、北京赛特商场、上海东方商厦、香港新世界百货、王府井百货大楼、北京华联商厦、中友百货、北京西单商场、北京翠微集团、北京双安商场、北光百货、北京东安集团、北京新东安市场、大连友谊商城、青岛海信广场、花股份有限公司、皮尔·卡丹七匹狼、劲霸、柒牌、ELLE、艾格、阿依莲、耐克、以纯、美特斯·邦威等三百多家零售企业与品牌。

书籍目录

第一部分 理论篇：服务至上　第一章 一流的店铺，一流的服务　第一节 服务时代已经到来　习惯1：把服务放在零售工作的首位　第二节 顾客价值，成败的秘密　第三节 销售、市场、服务一体化　第四节 开发零售服务的创意　第二章 完善店铺服务体系　第一节 构建店铺服务系统　第二节 做好售前、售中与售后服务　第三节 以提供完美服务为目标　习惯2：服务永远超越顾客的期望　第四节 服务无小事　习惯3：优质服务，赢在细节第二部分 准备篇：打造正确的服务态度　第一章 优质服务，意识为先　第一节 价值由服务创造　第二节 服务是件高尚的事　习惯4：让服务成为一种　习惯　第三节 让顾客快乐，就是让自己开心　习惯5：乐在服务　第四节 不要仅把“顾客是上帝”挂在嘴边　第二章 点燃服务的激情　第一节 没有热情，能打动谁　习惯6：对顾客充满热情　第二节 从“要我服务”到“我要服务”　习惯7：积极主动，创造机会　第三节 全力以赴，直到顾客点头　第三章 尊重顾客，换来理解　第一节 尊重是一种美德　习惯8：尊重每一位顾客　第二节 对顾客一视同仁　习惯9：不要“以貌取人”　第三节 努力贴近顾客　习惯10：牢记顾客的姓名　第四章 从内心感激顾客　第一节 顾客是你的“衣食父母”　习惯11：对顾客心存感恩　第二节 顾客帮助你成长　第三节 顾客帮助店铺发展　第五章 将心比心，换位思考　第一节 对顾客不要过分挑剔　习惯12：对待顾客要宽容　第二节 注重服务中的效率　习惯13：高效服务，不让顾客多等1分钟　第三节 成功的服务是双赢　习惯14：把服务视为帮助顾客第三部分 实践篇：店铺服务实务　第一章 必不可少的商品知识　习惯15：充分掌握商品知识，走在业绩前　第一节 熟记店铺陈列商品的特性　第二节 掌握不同商品适合的不同类型顾客　第三节 成为行业里的专家　第二章 做好良好礼仪的必修课　习惯16：塑造专业职业形象　第一节 店员良好礼仪的标准　第二节 店员保持良好仪表的方法　第三节 店员站姿礼仪　第四节 店员走姿礼仪　第五节 店员坐姿礼仪　第六节 店员蹲姿礼仪　第三章 店员的服务语言的修炼　习惯17：不断提升自我表达能力　第一节 服务语言的分类及运用　第二节 服务语言的特性　第三节 服务语言的应用技巧　第四节 店铺服务常用语和忌用语　第四章 没有规矩，不成方圆　习惯18：恪守待客规范　第一节 接待顾客的流程　第二节 接待顾客的一般原则　第五章 读懂顾客心理　第一节 解读顾客购买心理　习惯19：经常揣摩顾客心理　第二节 接待不同顾客的策略　第六章 构筑舒适温馨的购物环境　习惯20：把店面环境当家一样爱护　第一节 购物环境好就等于成功了一半　第二节 店铺布局的一般原则　第三节 商品陈列的五大黄金定律　第四节 保持每个角落都整洁第四部分 技巧篇：成功向顾客做销售　第一章 创造亲切热情的开始　第一节 用微笑建立桥梁　习惯21：让微笑时时刻刻挂在嘴边　第二节 自信的肢体接触　第三节 运用赞美的力量　习惯22：发自内心地赞美顾客　第二章 销售服务开场的技巧　习惯23：满足顾客的潜在心理需求　第一节 “新”的产品　第二节 专案或计划　第三节 唯一性　第四节 重要诱因　第五节 简单明了　第六节 营造热销气氛　第三章 把握好谈判沟通的技巧　第一节 充满自信，把话说得肯定　习惯24：自信，让你魅力倍增　第二节 不要命令顾客，要多询问顾客　第三节 倾听是一门伟大的艺术　习惯25：学会积极倾听　第四节 拒绝时“对不起”和请求型语句并用　第五节 让顾客自己决定　第六节 清楚自己的职权　第四章 激发购买欲望的技巧　第一节 具备基本认知与观念　第二节 几种激发购买欲望的技巧　第三节 从细节处创造顾客的购买欲　第五章 询问技巧六原则　习惯26：善于向顾客提问题　第一节 问题表的设计与运用　第二节 不连续发问　第三节 从顾客回答中整理顾客需求　第四节 先询问容易的问题　第五节 促进购买的询问方式　第六节 询问顾客关心的事　第六章 促成成交的技巧　第一节 替顾客做决定　第二节 有限的数量或期限　第三节 推销“今天买”　第四节 假设式结束法　第五节 邀请式结束法　第六节 法兰克式结束法　第七节 门把法第五部分 解惑篇：处理顾客的投诉　第一章 不怕顾客有投诉　第一节 不要太在意顾客的一面之词　第二节 勇于承担责任　第三节 真切诚恳地接受投诉　第二章 顾客投诉的基本类型及相应处理　第一节 顾客投诉的基本类型　第二节 有效处理不同类型投诉　第三章 有效处置顾客投诉的技巧　第一节 化解顾客投诉的基本技巧　第二节 “说”的技巧　第三节 用道歉博得顾客好感　第四节 危机就是转机　第四章 建立顾客投诉管理体系　习惯27：把顾客投诉变成服务改进的工具　第一节 顾客投诉管理体系的内容　第二节 顾客投诉管理体系的权限划分第六部分 终极篇：做好客户关系管理　第一章 磁性服务，留

人留心　习惯28：了解顾客喜好，定期联系顾客　第一节 访问顾客的方式　第二节 重视平日关心顾客　第三节 建立消费者顾问团　第四节 举办沙龙活动　第二章 留住具有价值的老顾客　第一节 顾客的终生价值　第二节 顾客挽留依据的制订　第三节 顾客挽留计划的因素　第四节 顾客挽留力量　第三章 售后服务，让店铺聚集更多的人气　第一节 售后服务的重要性　习惯29：不能忽视的售后服务　第二节 创造文化比创造收入更重要　第三节 滚雪球效应　第四节 利用好回头客　第五节 卓越服务无止境　习惯30：不断总结，不断提升服务质量

章节摘录

第一章　一流的店铺，一流的服务　　服务是令顾客满意的重要因素，它和成本一样重要，甚至比成本更重要。
如果顾客得不到他所期望的或相对其他店铺更好的服务，他就不会成为回头客了。
此外，顾客在店铺的体验会影响市场上大批顾客对该店铺的看法。
服务竞争的时代已经来临，在这个时代中，谁拥有优质的服务，谁就拥有顾客和生存的基础。
第一节　服务时代已经到来　　习惯1：把服务放在零售工作的首位　　一天，宋小姐看到某商场正在搞打折促销活动，但当时已经接近商场的关门时间，没有多少时间可以选购了，可是想到过几天自己就要出差，正好需要买几件衣服，错过这个机会很可惜，于是，宋小姐走了进去，挑了一堆东西要试穿，一看表，快9点了，心想算了，下次再说吧。
宋小姐把衣服拿出来，一位店员问道：“ 试着还合身吗？
”“ 你们快下班了，就是看好了这套衣服也交不了钱。
”宋小姐说道。
那位店员说：“ 绝对不会，您放心地试吧，我们和收银员都会等您的。
”“ 真的吗？
不会是为了营业额吧？
”带着这个疑问宋小姐匆匆将衣服试完，果真很漂亮，于是就买下了，这时已经超过商场下班时间将近15分钟了，没想到整整一个楼层的服务员还都守在岗位上，而这个楼层的顾客只有宋小姐一位，宋小姐怀着不安的心情，看着收银员找完钱，忍不住问：　“ 你们不怕耽误下班时间吗？
”收银员微笑着回答：“ 不会的，服务好每一位顾客，既是商场的规定，也是我们应该做到的。
”从商场3层往下走，居然在每层楼梯口都有两位导购小姐在送客，宋小姐吃了一惊，伴着导购小姐“ 谢谢，欢迎再次光临！
”那真诚、愉悦的声音和45度斜角的鞠躬，宋小姐怀着既愉快又内疚的心情走出了商场。

编辑推荐

产品同质化，品牌无实力，如何让顾客选择你？
顾客抱怨，投诉不断，销售无业绩，怎么办？
如何在顾客争夺战中独占鳌头，享有忠诚的“粉丝”顾客群？
本书为您提供感动顾客的金牌服务方案，让销售业绩倍增的实战技巧！
卓越服务的30个习惯，带您通往成功之路！

日本时尚零售业泰斗人物，零售百货业实战家，　被誉为“日本零售之神”的柳田信之先生：
中研国际是国际零售业先进管理理念的推广者，成功经验的传播者。

国美-鹏润国际时尚中心首席顾问，台湾著名零售专家李春材先生：　中研国际是中国零售业的财富教练，它传道、授业、解惑。

实践家知识管理集团董事长林伟贤先生：我在（我爱钱更爱你>中说过，一个人要想成功必须具备丰富的知识和爱心。
我想我能理解中研国际为什么会成功。
成功不是自己拥有什么，而是你给了别人多少，中研国际的成功就在于它不断帮助零售企业创造价值，走向卓越。

中国商业联合会商品交易市场专业委员会秘书长骆毓龙：　零售业发展需要动力，中研国际为零售业不断输送智慧产品。

《销售与市场一体育营销》主编张斌先生：　可用“实”来概括中研国际：立身实战，厉行实务，力求实效。

中研国际品牌管理咨询机构，是专业为品牌企业提供零售管理培训、渠道运作、市场战略规划、导入先进管理模式的权威机构。
成立8年以来，为8000余家企业提供战略规划、实战培训、咨询辅导等服务，超过20万人次参加过SEC在全国各地举办的培训活动。

中研国际零售商学院　课程包括：提升店铺业绩之天龙八部、创造总代理亿万业绩之北斗七星、店铺营销之六脉神剑、疯狂卖手、金牌店长特训营、卓越督导特训营、陈列特训营等。

店铺诊断服务　中研国际专业顾问针对客户提出的诊断需求，通过现场调研、访谈等方式对店铺形象、店务、货品、人员管理等进行分析，找到店铺存在的问题及其原因，提出解决方案，最终汇报诊断结果、提交诊断报告，帮助店铺找到实现规范化经营、业绩提升的方向。

专业出版与定制服务　中研国际已出版了专注于零售终端营销的管理类专业图书、VCD产品70余种，并为品牌企业量身定做终端运营的培训工具，将店铺营运规范、销售技巧、陈列技术、督导的教练技术、优秀代理商成长历程等拍摄为情景剧式VCD，配以专家顾问点评，便于员工轻松学习。

国际商务考察　国际商务考察项目融合国际著名展会参观、世界著名百货商场及商业街区调研考察，结合中国市场实情的品牌、零售、营销的专业培训等，专注于建立提供快捷、领先服务的国际时尚流行情报平台。

《服装经销商》杂志　第一本专业为服装经销商提供零售经营资讯服务的财经杂志，致力于解决服装零售商经营管理中的实际问题。
实战、实用、实效，为中国800万服装经销商业绩提升而服务。

第一图书网, tushu007.com

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