

图书基本信息

书名：<<顶级店员-高端专卖店店员成功密码>>

13位ISBN编号：9787807472322

10位ISBN编号：7807472324

出版时间：2008-7

出版时间：深圳出版发行集团，海天出版社

作者：汪朝林

页数：215

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

珠宝首饰零售业在中国是一个新兴行业，随着市场的发展，消费者对零售店的要求越来越高。珠宝首饰零售店，是珠宝首饰品牌的形象展示，是消费者感知品牌魅力的前沿，是实现珠宝首饰品牌战略的终端。

因此零售店的成败决定了珠宝首饰品牌的成败，而零售店的成败在很大程度上取决于店长！

店长是品牌专卖店的灵魂，他必须是店员和品牌管理总部沟通的桥梁，是连锁店提高管理水平和业绩的关键；同时他还必须是品牌实现目标、贯彻服务宗旨的前锋；同时，在组建团队和品牌推广方面亦起着关键作用。

珠宝首饰零售店的店长与其它行业零售店有某些共性，但有更多的个性。

中国珠宝首饰零售店的店长培训是一个相对薄弱的环节。

超级品牌店铺专卖的成功密码《超级店长》是汪朝林先生多年来从事珠宝首饰零售业咨询、策划、培训的总结。

该书系统阐述了作为店长中的成功者——超级店长所需要修炼的项目。

细读汪朝林老师的《超级店长》，能让人感觉这是一本专业著作，文字间闪耀着作者的思想，案例里隐藏着作者深厚的实战功底。

本书正是这样一本打造超级店长的实战教材，它能帮助店长全面提升品牌连锁店管理的相关技巧，迅速成为超级店长。

本书以简洁流畅的文字，分别从管理认知、自我提升、管理技能三个方面，对在职或将要提升的店长提供了思想与技术上的专业指导。

目前，在市面上流传的店长类图书，多是生涩的理论和教条的内容，而汪朝林老师的《超级店长》一改常规，用贴身式的案例，简单容易操作的技巧为我们指出一条捷径。

当然，任何工具都只是一种外力，用工具的人才是关键。

再先进的技巧，再优良的方法都要结合实践才能创造价值。

该书既可以作为珠宝首饰零售店店长培训的教材，也可以作为店长自学的材料，还是指导店长日常工作的手册。

内容概要

《超级店长》是缔造“超级店长”的工具书，拥有“顶尖高手的境界”的店长，可以使店铺运转顺畅、店员充满激情，顾客的需求得到了最大限度的满足，不仅带来了营业成绩的提升，还使得品牌的声誉日隆，发展前景更为广阔；相应地，店长本人的事业也随之达到了巅峰。

《超级店长》就是要引领更多的店长达到巅峰成就。

作者简介

汪朝林，中国珠宝业销售训练第一人；深圳金点子企业管理顾问公司总经理、首席导师、策划师；中山大学管理学院EMBA；十年的培训师、品牌营销策划、系统管理经验。

曾任职香港周大福中国营运总部，多年从事珠宝品牌的市场营销、培训、人力资源、零售连锁等管理工作。

吸收香港的实战授课模式，迄今为止共训练二万人次。

核心课程有《珠宝销售技巧》、《珠宝店铺王牌店长管理》、《潜能提升》等，96年深圳国际珠宝展期间在高交会馆现场举办“中国珠宝市场营销战略”，97年深圳国际珠宝展期间在训交会馆现场举办“中国珠宝零售品牌终端店务营销”。

独创“三环培训模式”和“五星店铺营销模式”，提倡对品牌营销资源整合优化，从而打造最具竞争力的珠宝零售品牌。

在中国珠宝界首次提出了营销和管理互为服务的均衡主张。

在《时尚珠宝》、《中国宝玉石》、《中国宝石》等珠宝专业性杂志上发表营销与管理的论文数十篇，包括《珠宝店铺终端营销》系列、《警惕管理的流行时尚》、《中国珠宝企业培训现状与解决之道》、《珠宝加工品牌的发展战略》等。

书籍目录

序言1 刘璞序言2 刘厚祥序言3 陈忆龙序言4 邱梓桑序言5 宋冬海序言6 何红波序言7 吴德荣

第一篇 管理认知第一章 好观念决定好管理1.态度决定高度2.方法左右效果·珠宝门店招聘技巧·岗前培训的管理方法·老人带新人的管理方法·跟踪新店员的管理方法·“一硬一活”的管理方法·薪酬激励制度的管理方法·配套措施的辅助方法·创造满意的工作环境·创造更多的学习机会·个人的发展机会·末位淘汰制3.错位导致无位4.店长影响店员5.定位决定地位·作为下属的“你”——经营者的代表·作为同级的“你”——同事是你的内部客户·作为上司的“你”——多面手

第二章 好方法决定好效果1.组织-人是需要组织的·组建团队·组织资源·组织促销2.协调-领导的工作重点·与上级相关人员的协调·与平行部门的协调·部门内部的协调3.指导-传道、授业、解惑·传道·授业·解惑4.控制-对结果的检查·预先控制：如培训，检查等属于先期控制。
· 指导控制：属于同步控制，即纠正偏差。
· 事后控制

第三章 团队管理的密码1.跨栏之旅·形成期·风暴期·稳定期·高产期·调整期2.精神财富·选人——团队文化的基础·融合——团队文化胜利之路·执行——团队文化的保证3.化冲突为合作·冲突之“利”·冲突之“害”·冲突的处理技巧·冲突处理策略4.制胜的密码·人员——团队基石·目标——激励人心·制度——规矩成就组织·氛围——合作创造强大

第二篇 自我提升第四章 店长应具备的素质1.店长的职业素养·“热爱工作”是成长的前提·“又红又专”是店长之本·“力道所值”决定管理效果2.创造店员的满意度·培养店员·健全组织·树立标杆·以身作则3.创造顾客的满意度·顾客满意来自“善于倾听”·顾客满意来自“个性化服务”·顾客满意来自“视觉享受”·顾客满意来自“情感满足”·顾客满意来自“购物体验”·顾客满意来自“关注重点商品”4.对市场敏感5.灵活考核绩效·明确岗位职责·考核指标要“精”·准确考核用对人·考核结果要“快”·考核流程要监督6.不断学习和创新7.自我调节·调节自我意识·调节情感·调整人际关系

第五章 店长的自我修炼1.自我管理·责任意识缺失·自我管理松懈·把执行当管理·整体意识缺乏2.好人与坏人·怯懦型·无主型3.矛盾与冲突·平衡才会持久·做事之前先做人·做人与做事既是矛盾的又是统一的4.解决问题·如何发现问题·如何分析问题·如何解决问题5.冒险与安稳6.权力与责任·权力·责任7.借口与决心

第六章 店长的职业精神1.具备敬业精神2.热爱公司和产品3.自愿承担责任4.公司的好代表5.企图决定版图6.赢在执行·执行力不到位的原因·如何提高执行力7.过程与结果·关注过程·关注结果

第三篇 管理技能第七章 授权——使你自在地做事1.智慧2.原则·一致原则·适度原则·信赖原则·控权原则3.步骤·担责第一步·放权第二步·跟踪第三步·评估第四步4.方法·授权熟手·及时沟通·绩效考核·授权方式·先评后授·理清次序·选择时机·关注过程·当众授权

第八章 沟通——达成目标的艺术1.明确沟通的方向·承上：承担工作职责、达成组织目标、执行上级指示·启下：做好组织的管理、带领团队达成任务、使各项资源充分且有效地发挥·平行：协调2.这样沟通最有效·有来有往才是沟通·站在对方的角度思想·考虑障碍源的存在·对方能听懂才重要·经常考虑他人的利益3.非语言沟通4.用心倾听·要理解下属想说什么·要站在对方的立场去倾听·要听完后再发表意见·要做记录，并且兑现承诺

第九章 激励——让不可能成为可能1.激励创奇迹·真诚地认可下属·真诚赞美·领导角色和授权2.大师的理论·马斯洛的需求论·麦克利兰的成就论·赫兹伯格的双因论·亚当斯的公平论3.激励讲原则·物质化·公平化·差异化·切忌误导4.榜样的力量·愿景力·行动力·影响力·信任力后记致谢

章节摘录

孔子的学生煮粥时，发现有脏东西掉进了锅里。他连忙用勺子把它捞起来，正准备倒掉时，忽然想到，粮食来之不易。于是就把它吃了。

刚巧孔子走进厨房，以为他在偷吃，便批评了他。

后来，煮粥的学生找机会向孔子解释了事情的原委，孔子才恍然大悟。

亲眼所见也可能不是事实的真相，那么对道听途说的东西，我们更没有理由去轻信。所以，面对传闻谣言或未经证实的事情，店长应该明辨是非，切莫武断地下结论、作决策。

解决属下之间的冲突。

冲突不会自行消失，如果你置之不理，店员之间的冲突只会逐步升级。

作为店长，你有责任在你的店里恢复和谐的气氛。

有时你必须穿上裁判服，吹响哨子，及时地担任起现场裁判。

记住你的目标是寻找解决方法，而不是指责某一个人。

指责即使是正确的，也会使对方顿起戒心，结果反而使他们不肯妥协。

不要用解雇来威胁人。

除非你真的打算解雇某人，否则，说过头的威胁只会妨碍调解。

如果你威胁了，然后又没有付诸实施，你就会失去信用，人们再也不会认真看待你说的话。

区别事实与假设。

消除任何感情因素，集中精力进行研究，深入调查、发现事实，这有助于找到冲突的根源。

能否找到冲突的根源是解决冲突的关键。

坚持客观的态度。

不要假设某一方是错的，下定决心倾听双方的意见。

最好的办法也许是让冲突的双方自己解决问题，而你担任调停者的角色。

你可以单独会见一方，也可以双方一起会见。

媒体关注与评论

在对店员的管理中，店长实施“铁的纪律，爱的关怀”，这个团队则是步调一致，互相关爱的。

——周大福中国华北区域总经理 刘璞 中国的珠宝品牌要想和国际品牌学习，首先就要学习国际品牌的专卖店管理，对制度的标准流程、对细节的精益求精、对人员的积极培养。这是所有成功品牌的必经之路。

——De Beers集团市场推广机构（钻石推广中心）培训经理 刘厚祥博士 超级店长可以使店铺运转顺畅、店员充满激情，顾客的需求得到了最大限度的满足，不仅带来了营业成绩的提升，还使得品牌的声誉日隆。发展前景更为广阔。

——深圳市吉盟首饰有限公司总经理 陈忆龙 “开不开店看老板，赚不赚钱看店长”。门店店长是门店经营管理的核心，门店与门店的竞争很大一部分就是门店店长之间的竞争。

——真牌珠宝董事长 邱梓桑 困扰终端发展的问题决还不仅仅是人才缺失的问题。没有人才培养的体制，人是不会自动成为人才的。

——浙江嘉瑞珠宝连锁总经理 宋冬海 连锁零售业是一场没有终点的马拉松，作为参赛者——店长。更需要一种“马拉松精神”，比拼的是耐力和心态。

——张万福珠宝总经理 何红波 店长是店铺的灵魂，超级店长是一个品牌专卖店盈利的最坚实的基础。

品牌影响力最重要的体现途径之一就是终端专卖店，专卖店的成功与否取决于店长。

——金嘉利钻石（香港）董事长 吴德荣

编辑推荐

《超级店长》是汪朝林先生多年来从事珠宝首饰零售业咨询、策划、培训的总结。该书系统阐述了作为店长中的成功者——超级店长所需要修炼的项目，具体内容涉及管理认知、自我提升、管理技能三个方面，对在职或将要提升的店长提供了思想与技术上的专业指导。

《超级店长》文字简洁流畅，既可以作为珠宝首饰零售店店长培训的教材，也可以作为店长自学的材料，还是指导店长日常工作的手册。

高端专卖店店长成功密码。

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>