

<<店长操作手册>>

图书基本信息

书名：<<店长操作手册>>

13位ISBN编号：9787121149290

10位ISBN编号：712114929X

出版时间：2012-1

出版时间：电子工业出版社

作者：黄宪仁

页数：269

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>

<<店长操作手册>>

内容概要

店长是商店的经营管理者，他不仅是整个店铺活动、运营的负责人，还是店铺的精神领袖，在商店经营和管理中起着承上启下的作用。

企业发展得越快，对店长的要求也就越高。

《店长操作手册》主要针对目前零售行业的现状，从商店经营管理的各个方面总结了店长技能，旨在对店长进行专业培训，使其明确店长这一工作岗位的操作规范和工作职责，最终不仅使店长学会高超的销售服务技巧，更重要的是学到现代经营管理能力，成为现代化的企业管理人才。

《店长操作手册》由黄宪仁编著。

<<店长操作手册>>

作者简介

黄宪仁（台湾）宪业企管顾问有限公司总经理，资深诊断师，具有20年诊断、辅导企业经验，曾担任多家企业的专业总经理，主持、讲授企管培训班，服务海内外众多企业

<<店长操作手册>>

书籍目录

- 第1章 店长概述
 - 1.1 店长的定义
 - 1.2 店长及店长助理的职责
 - 1.3 店长的素质
- 第2章 店长的每日行事内容
 - 2.1 店长的每日作业时段管理
 - 2.2 养成每天做日报表的习惯
 - 2.3 店长会议的报告内容
 - 2.4 制定标准化作业流程
- 第3章 店长的窗体式管理
 - 3.1 店长的检核表管理方式
 - 3.2 店长要善用窗体管理
- 第4章 店长的管理重点法则
 - 4.1 对人的管理
 - 4.2 对商品的管理
 - 4.3 对现金的管理
 - 4.4 对信息的管理
- 第5章 店长对店员的工作要求
 - 5.1 店长对店员职业修养的要求
 - 5.2 店长对店员个人卫生的要求
 - 5.3 店长要确保商店的清洁
 - 5.4 聘用喜欢商品的店员
 - 5.5 店长要指导店员做好推销工作
 - 5.6 店长要妥善安排高效率的工作
 - 5.7 店长如何对店员进行激励
 - 5.8 店长如何激发店员的工作意愿
 - 5.9 店长如何指导服务台人员的作业
- 第6章 店长对理货员的工作要求
 - 6.1 理货员的工作内容
 - 6.2 店长如何管理理货员
- 第7章 店长对收银员的工作要求
 - 7.1 收银员的工作流程
 - 7.2 店长对收银员的工作管理
 - 7.3 如何修正收银作业差错
 - 7.4 如何做好收银稽核工作
- 第8章 对卖场进行规划
 - 8.1 善用卖场布局的器具
 - 8.2 善于使用商品配置表
 - 8.3 商品配置表的准备工作
 - 8.4 店长如何规划商品配置表
 - 8.5 店长如何将商品放入配置表
 - 8.6 要善用商品配置表来调整商品
 - 8.7 如何陈列商品
 - 8.8 橱窗设计
 - 8.9 卖场布局与规划

<<店长操作手册>>

- 8.10 店长须经常注意顾客的移动路线
- 8.11 维护商品陈列区的销售绩效
- 第9章 控制存货
 - 9.1 存货概述
 - 9.2 店长有效控制存货的方法
 - 9.3 店长的订货作业管理
 - 9.4 店长的收货作业管理
 - 9.5 店长的退换货作业管理
 - 9.6 店长的调拨货作业管理
 - 9.7 店长的仓库作业管理与坏品作业管理
 - 9.8 找出滞销商品并将其淘汰
- 第10章 店长如何进行盘点
 - 10.1 店长为何要盘点
 - 10.2 盘点的方式
 - 10.3 做好盘点前的准备工作
 - 10.4 盘点后的处理工作
- 第11章 店长如何防止商品损耗
 - 11.1 商品损耗的原因分析
 - 11.2 店长防止商品损耗的方法
 - 11.3 店长如何防止顾客偷窃
- 第12章 确保商店的作业安全
 - 12.1 商店作业安全事故发生的原因与对策
 - 12.2 各种安全作业的具体做法
 - 12.3 店长的防抢管理
- 第13章 店长如何应对顾客投诉
 - 13.1 顾客投诉的类型分析
 - 13.2 店长处理顾客投诉的对策
 - 13.3 不同的投诉方式
 - 13.4 如何处理顾客的商品退换
 - 13.5 建立顾客投诉处理系统
 - 13.6 对内部员工的培训
- 第14章 店长利用促销提升业绩
 - 14.1 店长要活用POP广告工具
 - 14.2 店头促销
 - 14.3 现场促销
 - 14.4 展示促销
 - 14.5 会员制
 - 14.6 店长要举办促销活动
- 第15章 店长如何掌握卖场业绩
 - 15.1 善于利用时间管理业绩
 - 15.2 店长要留心商品销售量
 - 15.3 店长要善用POS系统进行销售分析
 - 15.4 要打造销售场所的活泼气氛
 - 15.5 要教导店员手不离开商品
 - 15.6 每天都要关心营业目标达标率
 - 15.7 如何创造愉快工作的每一天
 - 15.8 运用目标管理提升绩效

<<店长操作手册>>

- 15.9 拟订销售计划的步骤
- 第16章 店长要留住顾客
 - 16.1 加强服务理念
 - 16.2 店长要留住老顾客
 - 16.3 从顾客数据开始进行顾客管理
 - 16.4 加强售后服务以创造顾客
- 第17章 店长如何改善卖场绩效
 - 17.1 先了解为何业绩不佳
 - 17.2 通过营业额公式来抓住改善重点
 - 17.3 店长要重视经营数值
 - 17.4 商店自我诊断评估
 - 17.5 店长对绩效评估要做到心中有数
 - 17.6 具体改善商店形象
 - 17.7 扭亏为盈，自强救店

<<店长操作手册>>

章节摘录

2.显而易见 要使顾客一眼能看到商品并且看清商品，必须注意陈列商品的位置、高度、商品与顾客之间的距离，以及商品陈列的方式等。通常人们无意识的观望高度为70~170厘米，上下幅度为100厘米，而且通常与视线大约成300范围内的物品最易引人注意，因此商店可根据顾客的观望高度与视角，在有限的空间里将商品陈列于最佳位置。

顾客看到的商品越多，他们购买的东西也会越多。有些商品仰视角度更能吸引人，如工艺礼品、时装等，应该适当置高一些；而有些商品俯视角度更能吸引人，如化妆品、金银首饰等，尤其是儿童玩具，陈列位置过高的话，反而引不起儿童的兴趣，只有低一点，没有遮挡物，使儿童一览无余，才能激起儿童拥有它的强烈欲望。

目前，开架式销售方式下出售的商品绝大部分是包装商品，包装物上都附有商品的品名、成分、分量、价格等说明数据，商品在货架上显而易见，是销售达成的首要条件。如果商品陈列使顾客稍微看不清楚，就可能不会引起顾客的注意，也就根本无法销售出去。因此，顾客看不清楚什么商品在什么位置，就相当于该商店根本不销售该商品，这是商品陈列之大忌。

卖场上不应有顾客看不到的地方，或者出现有商品被其他东西遮挡的情形。

商品陈列显而易见的原则是要达到两个目的：一是在使卖场内所有的商品都被顾客看清楚的同时，还必须让顾客对所有看清楚的商品做出购买与否的判断；二是要激发顾客冲动性购物的心理，让其感到需要购买某些预定购买计划之外的商品。

.....

编辑推荐

宪业企管（集团）公司是一家向企业界提供企管顾问咨询、企管培训教育、企管图书的公司。主要的产品项目有：驻厂辅导诊断，举办企管公开课、内训班，出版企管杂志、企管图书。

1994年，宪业企管公司在台北成立。

由黄宪仁顾问领队，同其他5个顾问一起，专门为企业提供营销诊断、驻厂改善、企业培训等工作。

2005年，成立宪业出版集团，并购启力公司、志威公司、麦可公司，统一业务工作。

2010年11月，宪业企管顾问公司的顾问部门成立南昌分公司，为更多企业提供诊断、辅导、培训等服务。

2010年12月，宪业企管顾问公司转投资成立新公司，专营杂志媒体入口网站，由顾问部门资深顾问师任贤旺先生负责运营。

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>