

<<零售江湖之店长>>

图书基本信息

书名：<<零售江湖之店长>>

13位ISBN编号：9787509008553

10位ISBN编号：7509008557

出版时间：2012-8

出版时间：当代世界出版社

作者：余杰奇

页数：152

字数：162000

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>

## &lt;&lt;零售江湖之店长&gt;&gt;

## 前言

零售业是国民经济发展的晴雨表，也是近年来中国发展最快、最具生机的行业。几乎我们每个人都能感受到中国零售业这种翻天覆地的变化，并因这种变化使得自己的生活品质得到提升。

中国零售业发展至今日，已成为一个相对成熟的行业。

如今零售市场的竞争日趋激烈，尤其是随着信息产业的快速发展和普及，零售资讯的交流变得越来越容易，消费者可以轻易地通过互联网，找到任何感兴趣的商品信息，并能够轻松地进行网上交易，这无疑给零售业的从业人员带来了更大的挑战和压力。

零售江湖丛书就是基于目前零售行业现状，充分分析了中国零售消费市场的实际状况，并结合作者多年的智慧经验，以解决零售行业管理实际问题为导向，围绕门店管理和卖场中的人所应具备的素质、技能两个方面展开论述。

论述深入浅出，通俗易懂，同时书中还穿插了大量实例和漫画，使内容能够更加生动形象。

本系列丛书共四本，不仅可以作为零售业从业员的实践指导工具，而且也可以作为零售门店内部的培训教材，同时也是大、中专毕业生进行职业化训练与学习的辅导用书。

《大话零售江湖》分析了中国零售业发展脉络，并从门店建设、商品、销售、服务与门店发展五项核心技能入手，并配以实用的操作工具，有效提升了零售终端人员专业素质。

《零售江湖之店长》从细节入手，阐述了店长应具备的各项能力，同时列举了大量实例，生动形象地让读者全面了解店长工作的各个方面，为店长的工作指明了方向。

《零售江湖之门店》从门店的选址布局、卖场形象、货品管理、人员管理、业绩管理、顾客管理、促销管理等方面展开，详述了门店管理技巧，是专门为门店经营者精心准备的实用手册。

《零售江湖之导购》主要阐述了导购应具备的各项能力，包括心态管理、服务实战、岗位能力素质、销售实战演练、顾客投诉应对、商品陈列、店务处理等，使得读者能够全面、完整地理解导购工作，是一本实用性很强的导购人员从业指导用书。

特别值得一提的是，本系列丛书通过以下的特点，增强了丛书的可读性及可借鉴性。

1. 针对性，实用性 丛书从中国终端零售业的实际出发，理论与实际相结合，管理理念与经典案例相结合，语言通俗易懂，易于大众接受。

本套丛书的各章节都设置了情景化的互动内容，贴近零售终端一线人员的工作实际，具有指导性、趣味性和实用性。

2. 讲求知识的系统性 丛书以培养应用型人才为目标，以“做中学、做中教”为理念，围绕门店的日常运营、管理以及门店业绩提升等要素展开，力求提供一个解决店铺运作环节中各种问题的系统化方案。

这将有利于零售业从业员，在了解自身情况的基础上，有针对性地进行训练，各项能力得到迅速提高。

3. 体例活泼，图文并茂 丛书中包含“案例链接”、“行家点评”、“实战演练”等栏目，并配有漫画图片和有趣的成语故事，使栏目更加丰富多彩，避免理论论述的枯燥乏味，可读性、实用性强。

本套丛书在编写过程中得到众多专家、学者的支持与帮助，在此向他们表示衷心的感谢！

由于零售业领域的管理在国内尚处于探索阶段，本套丛书的推出旨在解行业之急需，仓促中缺点和不足在所难免，欢迎广大读者提出宝贵意见和建议。

余杰奇 2012年7月

## <<零售江湖之店长>>

### 内容概要

零售业是国民经济发展的晴雨表，也是近年来中国发展最快、最具生机的行业。几乎每个人都能感受到中国零售业的这种翻天覆地的变化，因为这种变化和我们生活品质的提升息息相关。

余杰奇所著的《零售江湖之店长(首都职工素质建设工程专版教材)》从细节入手，阐述了店长应具备的各项能力和管理技术，同时列举了大量实例，生动形象地让读者全面了解店长工作的各个方面，为店长的工作指明了方向。

通过学习《零售江湖之店长(首都职工素质建设工程专版教材)》，还可以掌握辅导出好员工的方法，同时知道店长怎样才能成为门店的灵魂。

这是一整套解决门店问题的实操方案，是那些希望成为专业、优秀、高效、有魅力的店长们不可或缺的学习读本。

## <<零售江湖之店长>>

### 作者简介

余杰奇

国家注册高级人力资源管理师，劳动和社会保障部国家注册企业培训师认证班导师，国内著名连锁经营、终端培训管理专家和咨询顾问终端，标准化体系构建咨询项目权威专家。

守正管理咨询创始人，广州守正企业管理咨询公司总经理。

## <<零售江湖之店长>>

### 书籍目录

#### 第1章 门店管理的核心：目标控制

- 一、销售利润最优化——门店管理终极目标
- 二、从长计议，设计一个好的门店目标
- 三、提高管人能力，管理好一个团队
- 四、管理好库存，保障纯利润
- 五、精细化管理，提升门店价值
- 六、学会成功扮演店长的角色

#### 第2章 提升工作业绩的关键：门店运作

- 一、细分目标，优秀店长的成功管理法则
- 二、常规管理，店长的日常工作重点
- 三、克服工作障碍，细说员工行为管理

#### 第3章 缔造和谐团队的要领：激励与沟通

- 一、赢在工作，职业心态的塑造
- 二、快乐成长，积极心态的塑造
- 三、尊重员工，合理利用激励技巧
- 四、巧用心理暗示，表达习惯积极向上
- 五、“三明治”法，让沟通变得更轻松
- 六、赏识是金，关注员工微小进步
- 七、我的未来我做主，员工职业生涯规划与引导

#### 第4章 提高员工忠诚度：从源头抓起

- 一、耳濡目染，让新员工感受门店文化
- 二、没有规矩不成方圆，规章制度培训
- 三、引导新员工迅速熟悉工作环境
- 四、帮助新员工适应工作流程
- 五、提高员工的销售技能
- 六、潜移默化，让新员工融入团体
- 七、做好员工的事业教练
- 八、轮岗激发工作动力，实现能力提升
- 九、职业规划，让员工和企业一起成长

#### 第5章 高效能管理风格的塑造：自我管理

- 一、四种不良倾向型领导风格
- 二、店长“十戒”
- 三、优秀店长的四种心态
- 四、店长要学会有效地沟通

## &lt;&lt;零售江湖之店长&gt;&gt;

## 章节摘录

第1章 门店管理的核心：目标控制 在竞争激烈、变化莫测的市场上，有一个非常形象的比喻：“门店是战场，产品是武器，销售人员是战士！”

充分说明了门店的重要性。

很多企业也意识到具有战斗力的门店是企业的财源，而要开好一家门店，店长作为门店的灵魂人物尤为关键。

店长身为一店之长，梦寐以求的就是将门店经营好、管理好，细想一下，管理好一个门店还真不是件容易事。

门店管理有哪些内容？

具体要做些什么？

如果你是一个店长，这些都想过吗？

一、销售利润最优化——门店管理终极目标 门店要发展，就务必要有目标，有计划，让各项基本的事务有条不紊，使门店首先步入良性运行的轨道。

为了圆满达到经营目标，应重点抓销售，因为销售本身就是门店的主要业务，只有尽可能地扩大销售额，才能实现门店的利润目标。

因此，销售利润最优化是门店管理的终极目标。

另外，为了取得利润最大化，实现损耗最小化也成为门店重要的管理手段。

提高门店的销售额，似乎是每个零售业者努力的目标。

但是不管提高了多少销售额，如果不严格控制门店各个环节的损耗费用的话，那么门店可能只有很低的利润，甚至没有利润乃至亏损，所有的努力都将白费。

因此，损耗的最小化同样是提高经营绩效的一条重要途径，同样成为门店营运与管理的主要目标。

门店管理目标一般由店长亲自拟定而后实行，主要包括收集信息、SWOT分析、设定目标、选择策略、制定计划以及跟踪和控制。

企业制定管理目标常用的一种方法叫“目标管理”。

目标管理是一种通过划分组织目标与个人目标的方法，将许多关键的管理活动结合起来，实现全面、有效的管理。

它的价值在于将自上而下的目标分解，并与自下而上的目标期望相结合，从而使经营计划的贯彻执行建立在员工的主动性、积极性的基础上，把员工吸引到企业经营活动中来。

很多企业将它作为企业管理计划和控制的手段，并将它当成一种激励员工或评价绩效的工具。

门店管理也可以借鉴这种方法，刺激店员的积极性，促进销售额的增长。

具体方法是：由店长和员工共同制定一个销售总目标，然后同每一个员工的工作相联系，规定其销售目标，以此为指导，来评价一个销售小组或者每一个员工的销售情况。

这种方法不仅可以发掘员工的工作兴趣和价值，在工作中实行自我控制，而且可以让员工通过自身的努力，实现自我价值。

但门店不同于企业，。

它处于市场终端，直接面对众多的消费者，是产品变成消费品的一道龙门。

只有吸引更多顾客，销售更多产品，门店才能拥有翻身跳跃龙门的机会。

那么如何吸引顾客，刺激他们的购买欲望呢？

这不仅与产品的质量、品牌有关，更与门店的形象、销售人员的服务态度有关。

一家门店经营的产品只是“门面”，唯有长期优质的服务才是销售额不断增长的保证。

二、从长计议：设计一个好的门店目标 1. 设定目标的关键事项 经营管理计划是目标管理的源头，目标管理是经营管理计划的实施方法，设定和达成各项工作指标是目标管理的核心手段。

(1)目标设定符合实际 目标设定要根据门店自身的资源、员工销售水平和管理体系的支持能力。

不能只为了“远大”的销售额，制定过高的目标；以避免出现“年初吹气球、年底踢皮球”的局面。

(2)经营目标和管理目标相辅相成 如果没有经营结果指标，管理过程指标就是无源之水，在做无功；如果没有管理过程指标，经营结果指标就缺少保证达成的制度、手段、流程，达到目标只是空中

## &lt;&lt;零售江湖之店长&gt;&gt;

楼阁。

只有经营目标和管理目标相辅相成，才可以把经营业务部门和职能管理部门的责任、职权、利益结合起来，他们既有分工又有协作，共同完成企业的目标，并促进企业可持续发展。

(3)制定目标一定要明确、清晰，不随意变化 有些店员这样描述老板的目标：我们老板的目标简直是飞靶，我们根本不知道下一步它会往哪儿变，假如是导弹发射，我们还可以计算一个抛物线的轨迹，提前做点准备，但我们老板的目标变化一点轨迹都没有，这靶你说怎么打。

可见，如果领导者都没有一个准儿，手下的人一定会乱套的。

(4)评价标准通俗易懂，易于执行 尽可能量化或细化考核项目，在考核时与考核对象进行沟通，根据历史财务数据和预算，制定详细可执行的评价标准、简明清晰的考核流程以及考核表格，才能保证实施。

(5)奖罚分明 目标确定了，会有人不能按时完成，这就有必要实施奖罚制度，这样才可能促进员工的积极性和挖掘员工的自我管理能力，目标管理才能发挥其真正的作用。

任何店长都希望自己定的目标是个好目标，能充分利用门店现有的资源获得最好的发展，但是如何得到一个“好目标”？

店长需要从“长”计议。

2. 销售目标——店长应关心的事情 经营门店以“利润最大化”为终极目标，就要以销售目标为导向，唯有销售上取得成功，门店才能顺利地发展下去。

销售目标包括年销售目标、月销售目标、周销售目标甚至日销售目标，还有更为详细的每日时段销售目标等。

将目标数字化有助于管理者了解门店的情况，从而为员工制定相应的销售目标。

销售目标既不能定得过高也不能过低，过高有损员工士气，过低则激发不出员工销售的潜力。

因此，在定销售目标的时候，一定要根据员工的能力、以往的销售业绩以及当地当季的情况。

另外，制定销售目标时最重要的一点，是让员工把目标看作是他们自己的奋斗目标，让他们参与制定自愿接受这些目标，并且对不适宜的目标加以修正。

P1-3

## <<零售江湖之店长>>

### 编辑推荐

余杰奇所著的《零售江湖之店长(首都职工素质建设工程专版教材)》从中国终端零售业的实际出发，理论与实际相结合，管理理念与经典案例相结合，语言通俗易懂，易于大众接受。

《零售江湖之店长》从细节入手，阐述了店长应具备的各项能力，同时列举了大量实例，生动形象地让读者全面了解店长工作的各个方面，为店长的工作指明了方向。



<<零售江湖之店长>>

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>