

<<品牌店店长实战手册>>

图书基本信息

书名：<<品牌店店长实战手册>>

13位ISBN编号：9787560958408

10位ISBN编号：7560958400

出版时间：2010-1

出版时间：华中科技大学出版社

作者：郭汉尧

页数：225

字数：200000

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>

<<品牌店店长实战手册>>

前言

销售力提升，关乎企业是否盈利，关乎企业生存。

在品牌产品、品牌店遍及大街小巷、各大卖场，充斥电视荧屏的市场环境下，企业如何加强自身修炼，显得至关重要。

销售力提升，需要我们做很多的自我完善工作，最终的目标是使消费者对我们的产品感兴趣，对我们有信心。

提升消费者这两点心理需求的核心就是加强我们的规范化管理、专业化服务水平。

让消费者感受到我们的产品、我们的服务很正规，很专业。

如果做不到这两点，那么，我们所有的创新服务理念，先进的市场营销理念都将是根基不牢，虚无缥缈的。

提升销售力迫在眉睫要解决的问题是如何提升销售体系中，品牌总部、经销商、终端店（品牌店）及对客服的规范化管理与专业化服务水平上。

郭汉尧老师是资深的销售力提升方面的专家，服务中国企业销售体系建设培训工作多年，对近千家企业客户的销售体系建设样本案例做了深入的研究和总结，结合多年的工作积累与体会，针对销售力提升的四个环节方面的工作，即品牌总部（厂家）订货会操作、经销商素质提升、客户分级管理、终端店业绩提升，给出了一套完备的解决方案。

分册撰写成书，以飨广大读者。

<<品牌店店长实战手册>>

内容概要

店长是店铺经营中的核心人物，店长决定着品牌店的规范化、专业化管理水平，如何让品牌店在你的领导下，在竞争中位居高位，首先应从提升你的管理水平上下功夫。

本书将店长对品牌店的理解、品牌店的人员配置，店铺日常管理及员工培训等方面内容为主线。给出了切实的解决方案。

每个小标题解决一个问题。

全文以表格阐述，简单明了，易于工作随时查阅。

书中还配备了大量的管理制度模板及实用表格，对店长提高规范化、专业化管理水平大有裨益。

本书将是您成为一名更专业，更优秀、更有效率的品牌店店长不可或缺的学习读本。

<<品牌店店长实战手册>>

作者简介

郭汉尧，实战派销售力提升专家，资深店长培训专家，资深品牌运营与策划专家，首创顶天立地四轮驱动品牌运作理念，多家成长型企业品牌营销顾问，拥有丰富的品牌运作及营销管理实战经验。几洲同行品牌营销策划机构领军人物，《销售与市场》杂志礼第一营销团专家，汉硕管理

<<品牌店店长实战手册>>

书籍目录

第1章 店长是门店的核心 1.1 店长的定位 1.2 店长的角色 1.3 店长的使命 1.4 店长须具备的能力第2章 门店人员编制及岗位职责 2.1 店长、副店长 2.2 店助理(部门主任、组长) 2.3 收银员 2.4 理货员 2.5 验收员 2.6 会计员 2.7 服务人员第3章 门店工作规范 3.1 营业前店长工作规范 3.2 营业中店长工作规范 3.3 营业后店长工作规范 3.4 店长周工作计划规范 3.5 店长月工作计划规范 3.6 滞销商品辨识规范 3.7 商品销售量分类处理规范 3.8 淘汰滞销品处理规范 3.9 抽点工作规范 3.10 每月对账盘点工作规范 3.11 商品盘点前准备工作规范 3.12 盘点人员安排规范 3.13 盘点后续工作规范 3.14 商品盘点工作规范 3.15 采购计划和预算的制定规范 3.16 商品入库工作规范 3.17 门店进货管理规范 3.18 收货工作管理规范 3.19 垃圾口管理规范 3.20 精品区管理规范 3.21 高损耗区管理规范 3.22 员工出入口处管理规范 3.23 员工个人形象要求 3.24 店内员工对客服务规范 3.25 老顾客服务工作规范 3.26 销售信息管理规范 3.27 与客户建立关系工作规范 3.28 收银工作规范 3.29 员工请假事件处理规范第4章 门店管理制度模板第5章 实用表格举例

<<品牌店店长实战手册>>

章节摘录

插图：1.2 店长的角色每一家商场、每一间门店都是一个相对独立的经营实体，而这个经营实体如何良性发展，以及如何在商业大潮竞争中，立于不败之地，店长扮演着一个举足轻重的角色。

认清自己的角色定位，才能明确自己的工作范围和职责所在，以便充分发挥自己的才能。

店长角色有以下几种。

经营者：按照企业运营方针，对店铺经营的各项数据以及市场走势进行准确地分析。

要明确目标在哪里，这个月要完成多少业绩。

在满足顾客需求的同时创造一定的经营利润，并在职权范围内对各项工作做出正确的决策。

管理者：管理店内营业活动并实现营业目标，对于相关业务或突发事件果断地做出决定。

传达者：一方面要及时地将总部的经营方针、计划目标准确地传达给下级，另一方面要把员工的思想行为以及对公司的看法传达到总部，达到公司与一线员工做到沟通彻底，分享及时。

协调者：解决和协调店内顾客、员工间出现的各种问题，使工作场所和工作秩序保持顺畅。

承担者：作为一店之长，要勇于承担责任，对上级提出的批评，首当其冲。

培训者：员工的业务水平高低，关系到店铺经营的好坏。

所以店长不仅要时时充实自己的实务经验及相关技能，更要不断地对所属员工进行岗位训练，提升员工整体素质，激励店员努力做好店内营业工作，为店铺创造效益。

让自己成为一名优秀的、有威信店长，对下属的员工也要懂得大礼不辞小让，不仅在言行举止方面使自己有一定的影响力，同时也要提升自己的感召力、凝聚力和亲和力，使自己成为员工效仿的对象，让店员以归属的心理围绕在你身边，心甘情愿地接受以领导为核心的组织。

<<品牌店店长实战手册>>

编辑推荐

《品牌店店长实战手册》是一本品牌店店长工作的指导书。

品牌店是传播品牌形象、展示产品品牌实力的重要载体。

店面大小、装修情况、VI设计与规范、产品陈列、物料摆放、销传人员形象、服务态度等，都会影响消费者的消费信心

<<品牌店店长实战手册>>

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>