

<<卖场管理手册>>

图书基本信息

书名：<<卖场管理手册>>

13位ISBN编号：9787802346666

10位ISBN编号：7802346665

出版时间：2011-10

出版时间：刘军、曹海灵、郭奇 中国发展出版社 (2011-10出版)

作者：刘军，曹海灵，郭奇 编著

页数：222

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>

<<卖场管理手册>>

内容概要

卖场是零售业的主战场，卖场业务管理人员急需提升自身能力，跟上卖场的迅速发展，满足市场竞争的需要。

刘军和曹海灵等编著的《卖场管理手册》是为有志于零售业管理工作设计的一本通俗易懂的卖场管理培训教材。

条理清晰，针对性、实用性强，《卖场管理手册》内容包括卖场组织结构规划、卖场形象设计、商品陈列、服务规范、促销策划、收银流程、理货补货、安全防损和处理投诉等方面的卖场经营管理细则，让卖场管理者全方位了解卖场，从而更好地管理卖场。

书籍目录

第一章 认识你的卖场

第一节 卖场组织构成

- 一、组织架构
- 二、部门职能

第二节 明确卖场人员职责

- 一、管理人员职责
- 二、作业人员职责

第三节 如何配置人员

- 一、卖场人员配置方法
- 二、员工配置应注意的问题

第二章 卖场设计, 吸引眼球

第一节 卖场形象设计

- 一、设计原则
- 二、卖场标志设计
- 三、卖场橱窗设计
- 四、出入口设计
- 五、停车场设计
- 六、卖场广告设计

第二节 遵循卖场规划原则

- 一、让顾客容易进入
- 二、让顾客停留更久
- 三、让顾客感觉更舒适
- 四、便于防盗防损

第三节 卖场陈列设计

- 一、卖场陈列的原则
- 二、卖场陈列区的划分
- 三、卖场陈列的类型与方法
- 四、卖场陈列的艺术化趋势

第四节 空间布局、顾客通道及货位布置设计

- 一、卖场的三个空间
- 二、卖场空间格局的四种形态
- 三、顾客通道设计
- 四、货位布置设计

第五节 墙壁、地板、天花板设计

- 一、墙壁的设计
- 二、地板的设计
- 三、天花板的设计

第六节 照明、声音及色彩的设计

- 一、照明的设计
- 二、照明的方式
- 三、声音的设计
- 四、色彩的设计

第七节 气味、通风设备、附属设施的设计

- 一、气味的设计
- 二、通风设备的设计

<<卖场管理手册>>

三、附属设施的设计

第三章 如此礼仪，顾客“爱”

第一节 仪容仪表——第一印象

一、仪容

二、仪表

第二节 行为举止——让顾客“爱”上你

一、卖场行为举止

二、接待顾客的行为举止

三、站姿规范

四、行走规范

五、手势姿态规范

第三节 有声的招牌——服务语言

一、常用语言

二、顾客语言

三、介绍商品用语要求

四、答询用语

五、收款、找款用语

六、包装商品用语

七、道歉用语

八、调解用语

九、解释用语

十、道别用语

第四章 促销，倍添卖场人气

第一节 促销方案决定成败

一、促销方案的制订

二、促销工作计划表

三、促销方案的实施

第二节 特价促销

一、促销时机

二、促销主题

三、保持信誉

四、供应商支持

五、降价幅度

六、大幅降价的商品

七、商品定价

第三节 竞赛和抽奖促销

一、竞赛和抽奖的促销目标

二、竞赛和抽奖的形式

三、奖品的设计

四、活动原则

五、竞赛和抽奖的特点

第四节 优惠券、样品赠送促销

一、优惠券

二、样品赠送

第五节 返还促销

一、返还促销的目标

二、退费的形式

<<卖场管理手册>>

三、退费凭证的设计

四、退费促销的技巧

第六节 POP促销

一、POP促销目标

二、POP的分类

三、POP的设计

第七节 折价促销和以旧换新

一、折价促销

二、以旧换新

第八节 其他促销方式

一、现场演示

二、量感陈列

三、试吃

四、面对面销售

五、广告促销

六、竞赛活动

第九节 评估促销效果

一、业绩评估

二、促销效果评估

三、供应商评估

第五章 不可小觑的收银

第一节 卖场收银基本流程

一、每次收银流程

二、每日收银流程

第二节 收银人员接班管理

一、排班的必要性

二、排班需考虑的因素

第三节 收银操作技巧

一、扫描作业

二、消磁作业

三、装袋作业

四、收款作业

五、情景服务

六、设零、兑零操作

七、收银差异处理

第六章 这样管理商品才有效

第一节 了解商品结构

一、商品结构

二、商品结构策略

三、影响商品结构的因素

四、商品结构

五、商品组合

六、淘汰疲软商品

第二节 做好商品陈列

一、果蔬陈列

二、肉品陈列

三、水产品陈列

<<卖场管理手册>>

四、日配品陈列

第三节 让商品保持新鲜

- 一、果蔬的鲜度管理
- 二、肉品的鲜度管理
- 三、水产品的鲜度管理
- 四、日配品的鲜度管理

第四节 怎样打理商品

- 一、商品理货内容
- 二、商品理货规定
- 三、商品补货程序

第七章 安全防损管理

第一节 突发事件应急处理

- 一、突发事件的类型
- 二、突发事件应急处理原则
- 三、突发事件应急处理方法

第二节 消防安全

- 一、消防组织制度
- 二、消防系统构成
- 三、灭火器使用方法

第三节 人员、商品安全

- 一、人员安全
- 二、商品安全

第四节 员工损耗管理

- 一、员工偷窃产生的损耗
- 二、员工偷窃的预防
- 三、员工作业错误的损耗
- 四、员工作业错误的预防

第五节 重点区域监管

- 一、员工出入口的管理
- 二、收货口的管理
- 三、垃圾口的管理
- 四、精品区的管理
- 五、高损耗区域的管理
- 六、卖场入口的管理
- 七、家电提货口的管理
- 八、防盗报警处理

第八章 用心为顾客服务

第一节 怎样提供卖场服务

- 一、卖场服务类型
- 二、收银员服务
- 三、营业员服务
- 四、导购员服务技巧

第二节 客服中心，以顾客为中心

- 一、电话接听
- 二、退换货作业
- 三、赠品发放
- 四、店内广播

<<卖场管理手册>>

第三节 顾客抱怨处理

一、顾客抱怨处理程序

二、顾客抱怨处理技巧

参考书目

<<卖场管理手册>>

章节摘录

版权页：插图：2.展不商品（1）询问顾客要买什么商品 顾客没有特地指出商品时，导购员以要帮助顾客买东西的表情，一边微笑着，一边亲切地招呼，如：“您想买一件毛衣吗？”

”听取顾客的反应。

当顾客看商品时，应将顾客观看的商品，尽快取出几件，一边望着顾客的脸，一边用双手拿给他看。
要心情愉快地拿商品让顾客看并笑容满面地对他讲：“这件东西您看怎么样？”

”当顾客手里拿着商品时，导购员可以微笑着向顾客简要地介绍商品特点，同时把商品调换到较容易拿取的位置上。

顾客指名要商品时，立即回答：“是，晓得了。”

”面带笑容，轻轻点头示意，速将指明的商品取出，两手拿着请顾客看：“是这个商品吗？请您随意看吧！”

”（2）请顾客观看商品 顾客对所看的商品不满意时，迅速选出别的商品，双手拿给顾客看：“那么这个商品您看怎么样啊？”

”和颜悦色地向顾客介绍，使顾客感到愉快。

顾客希望导购员帮助挑选商品时，要挑选两三种最合适的商品，双手拿给顾客看，以易懂的话恳切地、恰当地介绍商品的特点。

从谈话的内容中，推测顾客的希望，推荐中等价格的商品给他观看。

至于颜色、花样可从顾客的衣着与携带的东西来判断。

（3）为顾客寻找商品 顾客希望购买的商品没有时，卖场作业人员应注意以下事项：为寻找顾客需要的商品而要离开时，以耽误了顾客的时间而感到抱歉的心情对顾客讲：“真对不起，我到仓库找找看，请稍等一下。”

”轻轻点点头行礼，快步走向仓库。

顾客希望买的商品在仓库里找到返回现场时，以实在太好了的表情，快步走到跟前，双手拿给顾客看，并说：“让您久等了，这个东西您看好吗？”

”顾客希望买的商品仓库里也没有时，可以告诉顾客：“因为要和采购部门联系，请您稍等一下。”

”轻轻地点头示意，并立即用电话联系。

与采购部门联系上了的时候，要搞清楚有无顾客希望买的商品，没有的话确定下次进货的日期。

当了解顾客希望买的商品入库日期时，首先向顾客道歉：“太对不起您了。”

现在偏巧没有货，预定××日进货；如果来得及，货一到，马上和您联系，请告诉我联系的地点。

”询问并记下顾客的姓名、住址和电话号码。

与采购部门联系不上时，要对顾客表示歉意：“太对不起您了。”

现在与采购部（科）联系不上，若是着急的话，我是××部的××，请留下姓名和联系地点，以后找到就和您联系，您看怎样？”

”以后如果知道商品入库情况，马上告诉顾客。

<<卖场管理手册>>

编辑推荐

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>