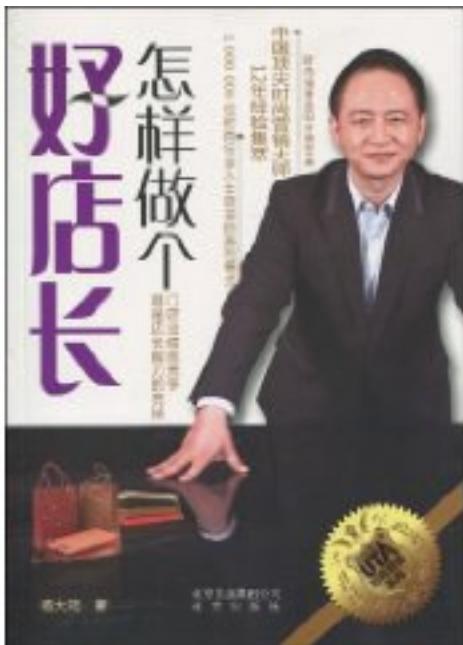


怎样做个好店长



[怎样做个好店长 下载链接1](#)

著者:杨大筠

出版者:北京

出版时间:2010-5

装帧:

isbn:9787200081947

《怎样做个好店长》内容简介：很多企业现在都发现，店长的管理能力和水平，对于一个门店的持续经营往往显得非常重要。以前，很多企业都认为，一个好的店长只要会卖货，能把货品销售出去就行。但现在评价一个好店长的标准不仅仅是会卖货了，更多的是看他的管理，看他能否带出一个好的团队。

有一句话叫物超所值，那什么是物超所值呢？很简单，就是你的服务，你的产品和你提供给客人的体验往往超过客人的期望值。这里不仅仅指产品优良的品质和便宜的价格，关键是说门店员工的服务是否能让顾客满意。这些对店长、店员，以及整个团队来说都是非常重要的。

作者介绍:

杨大筠，UTA时尚管理集团总裁，中国顶尖时尚营销大师，国内最具影响力的教育专家之一，中国服装协会市场专家委员会委员。

率先引入国际成功赢利模式SPA。并形成符合中国企业特色的管理方法.用独特的思想和开阔的眼界改变了上千家企业的命运，被誉为“中国式SPA管理模式之父”。

二十多年来，为国际知名企业LV、耐克、鄂尔多斯、雅戈尔、百丽、安踏、李宁、雪莲羊绒、江南布衣及ochirly等提供品牌及营销战略咨询。

先后推出的《中国服饰业经营实战／管理实务丛书》、《推动时尚》、《模式的革命》、《时尚营销系列》等著作，已经成为行业宝典。

2004年入选“世界经理人成就奖”，并获得诺贝尔经济学奖得主、“欧元之父”罗伯特·蒙代尔先生颁发的时尚业唯一的“世界经理人成就奖·未来领袖奖”，与张瑞敏、柳传志等并列为行业公认的领军人物。曾获“中国十大管理培训师”称号。

目录: 第一章 好店长的开始

- 第一节 企业文化知多少
 - 一、了解企业文化，增强企业竞争力
 - 二、推广企业文化，提升产品附加值
 - 第二节 企业定位明方向
 - 一、品牌定位不可少
 - 二、产品定位是关键
 - 三、服务定位益处多
 - 第三节 在其位，谋其政
 - 一、指挥官——成败就在一念间
 - 二、船长——找准方向很重要
 - 三、导演——你的舞台你做主
- ## 第二章 好店长要具备的条件
- 第一节 拥有积极的心态是第一要件
 - 一、拿人钱财替人消灾
 - 二、积极主动，力求上进
 - 三、人人要有责任心
 - 四、队制精神利团结
 - 五、尊重、照顾下属
 - 六、教育为主，处罚为辅
 - 第二节 掌握专业的知识是基础
 - 一、商品知识要记牢
 - 二、推销技巧适时用
 - 三、管理就是对事不对人
 - 三节 能力是好店长的助推器
 - 一、计划与组织一个都不能少
 - 二、好店长也是一个演讲高手
 - 三、有效运用逻辑思维方法
 - 四、沟通是前提，合作是目的
 - 五、店长和店员要像一家人
 - 六、授权不等于失权
- ## 第三章 好店长要熟知的角色与职责
- 第一节 好店长的多重身份
 - 一、公司终端的代言人
 - 二、门店品牌的经营者
 - 三、终端门店的管理者
 - 四、门店员工的领导者
 - 五、门店员工的教导员
 - 六、公司规划的执行者
 - 第二节 好店长的8个重要职责
 - 一、业绩管理是头等大事
 - 二、商品是门店的根本
 - 三、对员工要因人而异
 - 四、为客服务讲原则
 - 五、日常管理成习惯
 - 六、财务管理需细化
 - 七、安全管理重于泰山
 - 八、信息是成功的法宝
 - 第四章 从管理“结果”到管理“过程”
 - 第一节 管理需要与时俱进
 - 第二节 管理“过程”的关注点
 - 一、新系统，新流程
 - 二、分工细化有利于提高效率
 - 三、每个流程、环节都是可管理点
 - 四、多指标的考核体系
- ## 第五章 成功经营门店的有效方法
- 第一节 门店运营有妙招
 - 一、追赶时间的速度
 - 二、商品陈列多变换
 - 三、为顾客节省时间
 - 四、门店设备齐上阵
 - 第二节 让你的商品更具竞争力
 - 一、产品搭配吸人眼
 - 二、消灭次品绝不手软
 - 三、库存不多也不少
 - 四、想办法保护好你的货品
 - 第三节 促销也要有规划
 - 一、促销方案需完善
 - 二、准备工作要做好
 - 三、促销活动有序办
 - 四、后期评估不可少
 - 第四节 店员素质与商品品质都重要
 - 一、专业形象突显专业
 - 二、推销有退也有进
 - 三、你好、我好、大家好
 - 四、顾客满意是宗旨
 - 第六章 用数据说话
 - 第一节 评估门店业绩的12项数据指标
 - 一、销售额
 - 二、连带率
 - 三、流失率
 - 四、分类货品销售额
 - 五、客单价
 - 六、库销比
 - 七、平效
 - 八、平均单价
 - 九、畅滞销10款
 - 十、人效
 - 十一、同比
 - 十二、毛利
 - 第二节 四步提升营业额
 - 一、抓住三种顾客，提高购买率
 - 二、深挖产品潜力，持续拉动销售
 - 三、扩大市场影响，推动品牌力度
 - 四、创造市场作战，多元化经营
 - 第七章 高效处理顾客投诉
 - 第一节 顾客投诉有原因
 - 一、产品本身的问题
 - 二、服务不当
 - 第二节 顾客投诉可避免
 - 一、严把产品质量关
 - 二、为顾客提供优质服务
 - 第三节 顾客投诉巧处理
 - 一、了解处理程序
 - 二、懂得禁忌事项
 - 三、学会处理方式
 - 四、解决投诉的好处
 - 第八章 好店长管人还需管己
 - 第一节 给自己设定目标
 - 第二节 目标设定要理性
 - 第三节 目标达成五步走
 - 第四节 一步一个脚印

一、目标分解的原则 二、目标分解的步骤 第五节 及时分析与调整 · · · · · (收起)

[怎样做是个好店长](#) [下载链接1](#)

标签

社会学

学习类

评论

[怎样做是个好店长](#) [下载链接1](#)

书评

[怎样做是个好店长](#) [下载链接1](#)