

<<早该这样管门店>>

图书基本信息

书名：<<早该这样管门店>>

13位ISBN编号：9787301191194

10位ISBN编号：7301191197

出版时间：2011-7

出版时间：北京大学

作者：宋健

页数：195

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>

<<早该这样管门店>>

内容概要

《早该这样管门店》坚持“从工作中来，到工作中去”的指导思想，针对在店面人员管理中遇到的具体问题，首先进行案例再现，然后运用大量实战案例，告诉大家为什么会这样，又该怎样解决这个问题。

如此一来，用案例来回应案例，让复杂的问题在案例剖析中得到更加有效的解决，既增加了内容的趣味性，又使道理变得简单易懂。

《早该这样管门店》在内容规划上并没有严格按照单一阅读对象来设定，而是以店面为中心，根据管理的实际需求对内容和角色进行灵活定位。

根据笔者多年的培训经验，店面人员管理首先要从老板的自我管理做起，否则再好的员工，再好的店面也会因为老板的问题而前功尽弃，所以，第一章先从老板的自我改变谈起；第二章主要是以店长为核心的自我管理和销售管理；第三章是以打造超级导购员为核心，从管理的角度破解导购员的心态问题和销售技能问题；第四章是以导购员为核心的顾客服务和顾客管理，通过具体问题的破解，帮助导购员挖掘顾客价值，提高其服务能力；第五章则是以店面团队建设为中心，通过常见问题的破解来提高团队协作能力。

<<早该这样管门店>>

作者简介

宋健老师，MBA毕业，曾先后任职大中型企业市场总监、销售总监及营销总监等职；专注渠道与终端研究，擅长经销商管理、渠道运作与深耕、终端业绩提升等领域，尤其对家居、建材行业终端的研究有独特的见解。

并独立创建“三级两维”企业内部培训体系。

宋健老师服务过圣象地板、菲林格尔家居、方太橱柜、老板电器、曲美家具、TOTO卫浴、欧神诺陶瓷、水星家纺、三联家纺等近百家品牌和企业，讲授同类公开课及企业内训课程200多场，有效授课300多天，培训过的学员60000多人。

金牌课程包括：《高盈利终端——导购五步动作分解》（店面销售篇）、《金牌店长实战训练营》（终端管理篇）、《经销商销售力之七项打造》（经销商运营篇）、《决胜终端之科学订货》（品牌订货会）。

个人著作：《导购——这样卖更容易》、《高盈利终端——导购五步动作分解》（培训光盘）。

<<早该这样管门店>>

书籍目录

推荐序

自序

第一章 经销商：改变员工 首先改变你自己

第一节 经销商，你最大的成本是什么？

管理困惑1：店面越来越大了，装修档次越来越高了，广告费越来越多了，促销越来越激烈了，价格战越来越狠了……成本的快速上升正在侵蚀着你的利润！
那么，你最大的成本到底是什么？

第二节 别做既可怜又可恨的经销商

管理困惑2：面对惨烈的竞争，既不知道该怎么办，又得不到厂方的支持，就像无人问津“孤儿”一样可怜，而厂方人员却又横眉冷对，恨不得快速把自己换掉，这到底是怎么回事？
又该怎么办？

第三节 把握有效的自我提升途径

管理困惑3

：为了提高竞争能力参加了很多培训班，也买了很多培训光盘和书籍来学习，可总感觉作用不大，那么，到底该怎样学习？
还有没有更好的提升途径？

第四节 你怎样对待员工，员工就怎样对待工作

管理困惑4：总感觉员工的心态不好，虽然提成给的很高，可面还是提不起他们的精神，整天无精打采的，并且，稍有风吹草动就会轻易辞职；也专门做过一些心态培训，可就是没效果，到底问题出在哪里？

第五节 别让你的管理方式成为障碍

管理困惑5：为了辅导员工提升技能，很多老板呆在店里经常“偷窥”员工是如何接待顾客的，然后指出问题并要求改变，可导购员好像并不“听话”，甚至还出现只要老板在店里，导购员就不敢接待顾客的局面，该怎么办？

第二章 成功店长：是领头羊，更是指挥家

第一节 责任比能力更重要

管理困惑6：自己的能力很强，而且也是得到大家公认的，可是，为什么老板提拔了别人，却没有提拔自己呢？
是不是老板不会选人用人？

第二节 做好员工的辅导与培训

管理困惑7：自己工作很努力，可不知道为什么店面业绩不但没有增加，反倒下降了；而且以前的好同事不但不帮忙，居然还在一旁看笑话；真的不知道怎么办才好！

第三节 新任店长，如何建立自己的威信？

管理困惑8：新店长刚刚上任，可是老员工总是对自己分配的工作阴奉阳违，甚至还有个人故意与自己过意不去，感觉自己在员工面前一点威信都没有！

<<早该这样管门店>>

第四节 管好老板比管好下属更重要：

管理困惑9：感觉老板总是不信任自己，要么不授权，什么事情都要管；要么授权了还是不放心，经常到处“瞎指挥”，结果，自己的工作很被动，正常的工作经常被打乱！

第五节 做好销售诊断，提升店面业绩

管理困惑10：很想提升店面业绩，可却找不到问题的突破口；知道了店面存在的问题，可又不知道怎样去解决；也做过很多努力，解决过一些问题，可还销售还是没有增长，到底该怎么办？

第六节 别让销售目标变成口号

管理困惑11：销售目标设定的并不高，也分解到人了，而且也合情合理；激励的力度也很大，导购员们也很努力，可为什么还是完成不了任务？

第三章 破解五大短板，打造超级导购

第一节 招不对人，又怎能用好人？

管理困惑12：很想招聘到优秀的导购员，于是花了很多精力，尝试了很多办法，也给了很高的工资，可还是招不到满意的；也曾经在同行内高价“挖”人，可就是挖不动；店面整天张贴着招聘广告，可却很少有人问津，到底该怎么办？

第二节 改变员工心态模式比管理更重要

管理困惑13：有些导购员把自己看成临时工，并不看好导购员这个职业，所以就做一天混一天，不管什么激励手段都很难激起她们的积极性，更令人烦恼的是，导购员经常是身在曹营心在汉，跳起槽来很随便。

第三节 让导购员看起来值、听起来值、感觉起来值

管理困惑14：店面很有档次，产品也很好，可顾客只是逛一圈就走掉了；或者总是向导购员提一些不近人情味的要求，砍起价来非常随便，甚至很无情，这是为什么呢？

第四节 铸造属于自己店面的导购秘笈

管理困惑15：走掉了一位优秀导购员，就等于业绩损失了“半壁江山”；好不容易招来一位新员工，却在漫长的自我摸索学习中“丢失信心，自生自灭”；到底该怎样解决这一困惑呢？

第五节 淡季时，导购员的疲软该怎么办？

管理困惑16：导购员工作时间一长，或者销售淡季的时候，就会出现“疲软”，结果便影响了顾客接待；开会的时候也经常强调要积极，要主动，可就是没效果！

第四章 服务好顾客，更要管理好顾客

第一节 别让服务成为“口号”

管理困惑17：导购员也知道服务的重要性，可就是不好好的服务，甚至还出现惹恼顾客的现象。面对这一问题，现有的投诉处罚制度往往没有“用武之地”，因为还没有购买的顾客不会因为导购员的态度差而投诉，而是选择走掉和不购买。

第二节 “五大环节”让你的服务与别人不一样

管理困惑18：开会经常强调要热情服务，也为大家经常做关于服务的培训，可是导购员的服务水平还是和当初一样，并没有改变；于是导购员就抱怨：我们也想做好服务，可除了热情、主动、微笑、端茶倒水和基本的礼节之外，真的不知道还能做什么了！

<<早该这样管门店>>

第三节 练好服务顾客的基本功

管理困惑19：导购员说：我们也知道对顾客要真诚，要热情，要积极，也想把话说得更好听一些，可具体该怎样做才能让顾客感受到我们的真诚呢？
比如，我们主动为顾客提供服务，介绍产品，可我们的笑脸往往招来的是“冷屁股”，真的都不敢再主动为顾客服务了！

第四节 管理好顾客，方能提高签单率

管理困惑20：很多顾客进店只是随便逛一圈就走掉了，然后导购员就随随便便的把顾客放走了。那么，除了销售技能之外，有没有具体的管理方法可以减少这种情况的发生呢？

第五节 为什么顾客对你的售后服务总是“不买账”？

管理困惑21：也想把售后服务做好，可回访电话却变成了骚扰；专门设置的回赠礼品，却没有人理睬；即便登门服务让顾客满意了，可顾客也没有为我们介绍多少顾客；售后服务到底还做不做，又该怎么做？

第五章 打造好团队不能只靠制度

第一节 看准人，更要用对人

管理困惑22：某位员工导购能力很强，于是不把店长放在眼里；遇到点事情就到处发牢骚，还经常联合其他店员一起和领导“理论”，甚至还以集体辞职相威胁；这样的员工该怎么管理？

第二节 有销授权，才能带出好团队

管理困惑23：如果不授权，自己不但受累，而且工作还做不好；如果授权吧，员工的执行能力总是不让人放心，好多次授权的结果往往不让人满，最后还得自己亲自出马；到底该怎么授权？

第三节 为什么“底薪+提成”对管理没有用？

管理困惑24：基本工资给的很高，销售提成也很高，可为什么还是激不起员工的积极性？到底什么样的薪资结构才合理？

第四节 销售提成怎样分配才合适？

管理困惑25：如果采取平均提成法，就是吃大锅饭，影响大家的积极性；可是如果采取个人提成法，员工之间就会因为抢单而产生矛盾，管理起来又非常困难；提成到底该怎样分配？

第五节 店长不培养下属该怎么办？

管理困惑26：店长的销售能力很强，可就是不愿意教下属；有时候迫于老板的压力也给下属培训，可往往只是形式而已，不会把自己的“真经”传授给大家。遇到这种情况，怎么办？

第六节 不要钻进制度管理的死胡同

管理困惑27：店面制度很健全，可是执行起来不但没有得到好的效果，反倒引起员工的不满，让员工感觉管理不够人性化，结果不但影响了店面业绩，还造成了团队不稳定。到底什么样的制度才能达到老板易管、员工满意的双赢局面？

<<早该这样管门店>>

<<早该这样管门店>>

章节摘录

版权页：插图：你是否遇到过这样的问题：对于那些心态不好或者其他方面总是不让你满意的员工，你会经常给他们做思想工作，可是，在一次次苦口婆心的说教之后，就是看不到什么效果，这是为什么呢？

先请大家思考一个问题：假如你家孩子总不听话，学习也不好，然后，你每天对其说教，做各种思想工作，要求孩子一定要按照你说的去做，可效果往往让人失望，甚至还会出现相反的结果。

可是，如果你换一种方式，请一位家教进行有效的引导，帮助孩子一点一滴地长进，然后，通过某次考试成绩的提升，你的孩子不管是学习态度还是自信心都会发生很大的变化，而且，还会变得听话起来。

同样的道理，辅导员工也是如此。

简单地给员工讲述一大堆大道理，他们不但很难听进去，而且还会“反抗”，他们会因为自尊心而不愿意接受你的说教，他们不会因为你的看法就随便改变自己的观点，他们会认为老板是在维护自己的利益，总之，在诸多因素的影响下，面对你的说教，员工往往会带着抵触的情绪而口是心非。

针对人们自我改变的过程，我经常把人分为三类：第一类是很难听进去别人的建议，而且经常跌倒在同一个问题上还很难觉醒，这类人往往是失败者。

当然常常也是被淘汰者；第二类是当别人给他一个好的建议时，他能够快速领悟并付诸行动，不但能够获得进步和成功，还可以使自己的观念意识得到进化，这类人是凤毛麟角的优秀者，不需要老板整天苦口婆心地说教；而第三类则是属于绝大多数人，即面对别人建议的时候，总是不敢相信或者不情愿放弃固有经验，只有当别人通过某次具体行为给他一个结果以示验证的时候，才能最终有所改变，这类人只相信“眼见为实”。

<<早该这样管门店>>

媒体关注与评论

经营成功的店面关键在人。

所以我们一直把软终端能力的提升放在战略的高度来对待。

感谢宋健老师为我们带来了实战的课程，更感谢《早该这样管门店》为我们提供的智力支持。

——史伟栋 水星家纺有限公司渠道总监非常有幸邀请到宋老师来欧神诺营销学院授课，其课程内容生动实战，很受学员们欢迎。

相信《早该这样管门店》将给大家带来更多的精神食粮，希望大家能借此更好地武装自己，多签单！

——刘可春 欧神诺陶瓷股份有限公司营销学院导师成功的品牌不但需要优质的产品，更需要优秀终端人员的有力推动。

宋健老师独到的见解以及充满激情而又幽默的授课风格，让我们的学员寓学子乐，受益匪浅。

希望宋老师的这本书以及他的课程给大家带来更多的智慧和进步。

——张恩久 久盛地板有限公司董事长宋健老师实战的课程以及风趣的个人风格给我留下了深刻印象，我很认同他提出的终端培训应该以“ 解决实际问题为前提 ” 的提法。

——贾丰强 迪高乐软体家居董事长经销商为什么这么累？

主要原因是大家没有从店面管理中解放出来，老板做了员工的事情，领导抢了下属的工作。

宋健老师这本专著能有效帮助更多老板实现从创业期到高速成长期的管理转型，实现从高速成长期到持续发展期的经营跨越，是一本很难得的终端管理实战工具书。

——胡造奇 世友地板副总裁店面是建材品牌竞争的桥头堡垒，但是。

塑造形象店容易，让店面活起来却不是一件易事，这就需要店面管理水平的提升。

宋老师的《早该这样管门店》一书和他的课程一样精彩实战，对店面人员能力的提升能起到更多的推动作用。

——夏骞 菲林格尔家居(上海)有限公司市场总监

<<早该这样管门店>>

编辑推荐

《早该这样管门店》：一名超级导购员走掉了，店面业绩就倒掉了半壁江山，怎么办？
员工为了提成相互抢单，怎么解决？
顾客对售后服务总是不买账，怎么回事？
管理制度很健全，可实施起来却屡屡碰壁，怎么做？
解决门店管理27个最令人困惑的实战问题，让门店业绩倍增！

<<早该这样管门店>>

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>