

<<店铺服务攻心术>>

图书基本信息

书名：<<店铺服务攻心术>>

13位ISBN编号：9787546116327

10位ISBN编号：7546116325

出版时间：2011-2

出版时间：黄山书社

作者：丁兆领

页数：227

字数：220000

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>

<<店铺服务攻心术>>

内容概要

在产品同质化、品牌无实力的背景下，如何去赢得顾客呢？

顾客抱怨，投诉不断，销售无业绩，怎么办？

如何在终端争夺战中独占鳌头，找到店铺终端服务的攻心之术呢？

当然，是服务。

服务竞争的时代已经来临，在这个时代中，谁拥有优质的服务，谁掌握了店铺服务的攻心之术，谁就拥有顾客和生存的基础。

本书为您提供45条店铺服务的攻心之术。

在产品同质化越来越严重的今天，服务成为终端店铺制胜的法宝，《店铺服务攻心术--店铺服务的45条攻心术》作者丁兆领凭借自己在终端零售行业的丰富从业经验，通过翔实的事例向大家说明什么才是店铺服务的攻心之术。

重点店铺的管理人员、一线服务人员以及所有从事零售终端行业的人员都能从本书学到创造奇迹的服务技巧。

豪不夸张地说，这45条攻心之术，将会带您直通成功之路。

<<店铺服务攻心术>>

作者简介

丁兆领：中国店铺营销专家，时尚品牌管理顾问，“中国式加盟商”系列课程创始人，国内服装订货会、招商会专业讲师，中国微笑服务文化创建终生推广者。
现任凯文企业管理咨询有限公司董事长，凯文国际加盟商学院首席讲师。

丁先生在中国首次提出把单一的培训模式实战化，把卖场搬进会场，结合终端运营现状，实施情景式模拟演练，现场分析改进终端的成功运作模式、营销方式等。

多年来，为近百家服饰品牌、百货商场做过咨询、培训等数百场次，并取得了非凡的绩效。

丁先生的幽默风趣、技能加实战案例、根据不同品牌特点给予不同培训理念的授课风格也得到了业内人士的认同与好评，被称为“中国服装培训业的一匹黑马”！

<<店铺服务攻心术>>

书籍目录

第一部分 观念篇

第一章 一流的店铺对应一流的服务

- 第1条 把服务摆在零售行业头等重要的位置
- 第2条 服务是店铺生存的根本所在
- 第3条 构建出完善的终端店铺服务体系
- 第4条 以提供完美的服务为毕生目标
- 第5条 要永远超出顾客的期望
- 第6条 超越顾客期望无止境，关键在落实
- 第7条 对于服务来说，再小的事也是大事
- 第8条 魔鬼总是在服务的细节中，谨之慎之
- 第9条 服务才是销售的真正开始
- 第10条 服务不能故步自封，需要持续创新

第二章 服务是一种心态，是一种意识

- 第11条 服务很高尚，意识最关键
- 第12条 服务是销售链的关键
- 第13条 服务就是一项攻心工作
- 第14条 顾客不是上帝，而是朋友
- 第15条 要时刻充满服务的热情
- 第16条 服务要积极主动，不要被动
- 第17条 尊重顾客，才能换来理解
- 第18条 信守承诺与顾客承诺
- 第19条 永远要平等地对待顾客
- 第20条 将心比心，换位思考
- 第21条 记住顾客的名字

第二部分 实务篇

第三章 店铺服务的基本实务

- 第22条 掌握商品知识要先服务一步
- 第23条 提供周到的顾问式服务
- 第24条 让良好的：礼仪为服务加分
- 第25条 塑造规范的职业形象
- 第26条 恪守基本的待客规范
- 第27条 读懂客户的心理需求
- 第28条 微笑是服务的润滑剂
- 第29条 寻找有效的服务策略
- 第30条 把抱怨当成完善自我的绝佳机会
- 第31条 真诚地接受顾客投诉
- 第32条 用道歉来博得好感
- 第33条 定期维护客户关系

第四章 店铺服务的基本技巧

- 第34条 亲切热情是服务的良好开端
- 第35条 举手投足要充分表现出自信
- 第36条 懂得利用赞美的武器
- 第37条 倾听是一门伟大的学问
- 第38条 瞬间的视觉接触可以创造奇迹
- 第39条 要多询问而不是命令顾客

<<店铺服务攻心术>>

第40条 学会拒绝你的顾客

第41条 让顾客自己做决定，而不是代顾客做决定

第42条 多考虑顾客到底要什么

第43条 破译顾客购买心理过程

第44条 提出两三个建议，供顾客选择

第45条 处理好清闲与忙碌的关系

<<店铺服务攻心术>>

章节摘录

版权页：随着市场竞争的加剧、消费者消费意识的增长以及消费者需求的不断提升，各种迹象表明服务时代已经来临了。

尤其是零售行业，因为消费者除了购买商品本身之外，越来越看重一家店铺的品牌与信誉。

只有服务能让消费者产生好感，才能保证店铺门庭若市。

我们常常发现，一家规模虽然很小不甚起眼的店铺，却总能吸引新老顾客的长期惠顾，究其原因，不外乎店铺的服务让顾客有宾至如归的感受。

对于终端店铺来说，理解服务的价值与原则是提升店铺服务的前提。

1. 服务的价值服务的价值使顾客在购买过程中感受尊重，在购买后感到满意，并且在下一次购买前很自觉地愿意再度光临，并成为固定顾客。

由于销售工作的目标是顾客的反复消费，所以服务的流程是购买前、购买中、购买后的不断循环，不论是在购买的哪一阶段，服务的工作皆有其不可或缺的价值，而且具有互相的影响性。

换言之，销售员在为顾客提供服务之前，必须强烈体会到服务的价值是共生互利，才能提供最适当的服务，给予顾客最满意的服务感受。

2. 服务的原则虽然服务的价值在于创造顾客的满意度，然而形形色色的顾客决定了相应的销售技巧是不同的，但是要始终站在让顾客满意的立场，服务的心态与原则是不变的。

那么作为一位终端服务人员，应该注意哪些服务的原则呢？

(1)服务心态原则所谓服务心态指的是终端人员在心理上应该具备的基本观念。

具体包括：对顾客必须一视同仁，不能因为顾客的年龄、职业、外表、购买预算的不同而采取有差别的服务态度。

在非讨价还价的情况下，于授权及能力范围内尽量满足顾客的需求，例如特殊的包装、小赠品等。

服务完整流程的进行应保持一致性，不能因顾客没有购买商品而有不悦或中断服务的现象。

(2)服务行为原则 效率：顾客都是不耐烦等待的，因此及时与迅速的服务，可以使顾客对店铺有一个好印象。

即使因某些因素(例如结账时)需要顾客等候时，也应向顾客说明并亲切地招呼他们，使顾客没有被冷落的感觉。

微笑：微笑是世界共通的语言，常保持笑容除了使终端人员自身心情愉快外，更可以用气氛感染顾客，与顾客产生良好的互动关系。

真诚：真诚是建立良好人际关系的基础，顾客感受到终端人员发自内心的真诚，对他们的信赖度自然会增加。

敏捷：敏捷代表了销售人员对服务工作的信心与熟练程度，顾客有感于终端人员敏捷的服务动作，对终端人员的专业形象将更加肯定。

学习：在资讯、知识爆炸的时代，消费者时时在进步，因此终端人员更应该追求自我的完善，利用不同的场合与不同的学习方式，加强对消费者心理的了解、完成商品专业知识的累积以及提升待客销售的技巧。

二、服务在零售业中的意义在激烈的市场竞争中，零售行业要力图形成自己的服务特色，不断提高服务水平，才能获得竞争优势。

但是，纵观国内外的零售企业，可见我们的服务水平跟国际零售巨头存在着很大的差距。

要缩短与他们之间的差距，更需要进一步认识到服务在零售行业中的重要意义。

具体来说，服务在零售业中的重要意义体现在以下几个方面。

(1)服务竞争超越了价格竞争零售市场的竞争无非是价格竞争和非价格竞争。

价格竞争以减少零售企业利润为代价，其活动空间是有限的，因为实力再强的企业也经不起长期亏本销售。

相比之下，服务竞争则是投入成本较低，产出较大的竞争手段。

比如，改善员工的服务态度，实行微笑服务，并没有增加多少成本，却可以提高顾客的满意度。

随着人民生活水平的提高，支付能力的增强，消费者越来越心甘情愿为获得优质的服务而多花钱。

<<店铺服务攻心术>>

(2)服务帮助店铺营造良好形象现在不少终端企业都通过广告来塑造自己的形象，应该说这种宣传有一定的效果，但是由于目前虚假广告较多，消费者普遍对广告不信任。

所以，用广告来塑造终端企业形象的效果往往不是很理想。

相比之下，商家优质服务的事例常常被消费者传为佳话，消费者之间相互传播满意的体验，更容易引起共鸣。

可见，优质服务有利于塑造终端店铺的良好形象，提高店铺的知名度和美誉度。

(3)服务质量高低影响终端销售业绩零售终端的经营状况依赖于顾客的忠诚度，顾客的忠诚度又来源于顾客的满意度，而顾客的满意度往往又取决于终端的服务质量水平。

因此，许多以优质服务著称的企业，都非常重视为顾客提供高技能、高质量、高效率的服务，从而为企业带来积极的口碑，减少招揽新顾客的压力。

<<店铺服务攻心术>>

编辑推荐

《店铺服务攻心术:店铺服务的45条攻心术》：竞争激烈，顾客抱怨，销售无业绩，怎么办?服务决定价格，服务决定业绩。

45条绝技，全方位展示终端服务的攻心之术！

著名终端专家丁兆领精心打造众多一线销售工作者联袂推荐

<<店铺服务攻心术>>

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>