

<<店长实战手册>>

图书基本信息

书名：<<店长实战手册>>

13位ISBN编号：9787802077553

10位ISBN编号：7802077559

出版时间：2006-11

出版时间：经济管理出版社

作者：王智，史常青 编著

页数：274

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>

## <<店长实战手册>>

### 内容概要

伴随我国商业的繁荣与市场需求的旺盛，商场（商店）对店长的需求激增，而由于相关职业教育与培训的滞后，市场上严重缺乏合格、优秀的店长。

据统计，我国目前至少缺少100万个好店长。

为提升我国店长的职业素养和岗位技能，给店长提供一本完备的岗位培训手册，我们特制作此书。

针对我国商场（商店）现状、店长工作中岗位操作与日常管理的需要，本书的内容涵盖：商品展示，商品盘点，商品采购与验收。

商品存货、理货与补货，商品损失与损耗管理，商品销售策略及方法，商品促销策划及实施，商场（商店）员工管理，商场（商店）顾客开发与管理，商场（商店）财务管理，商场（商店）5S管理，商场（商店）异常情况处理。

全书从店长职业技术和经营管理方面提炼店长岗位工作急需的知识、方法、规范、流程，传授店长岗位操作、管理经营的专业知识与规范，提升店长的岗位工作技能和经营管理能力。

本书是一部完备的店长岗位培训手册，全书侧重岗位实践，注重实战技能的传授与演练，活学活用，即学即用。

语言通俗易懂，为在职的或将要提升的店长快速提升个人素质、专业技能与经营管理能力，提供了一整套专业、系统、完备、切实可行的岗位培训手册。

<<店长实战手册>>

作者简介

王智，原名王智弘，硕士研究生，毕业于英国诺丁汉大学，FDS世界特许经营发展服务组织成员，曾任北京君安健身中心副总经理、顺天府等品牌店店长，曾出版著作有《晋商翘楚——乔致庸用人、经商、处事之道》(清华大学出版社)、《21世纪实用英语口语一本通》(金盾出版社)等。

## 书籍目录

第一章 店长的角色定位 / 1 第一节 店长的权力 / 1 第二节 店长的职责 / 3 第三节 店长的日常工作 / 8  
第二章 商场(商店)5S管理 / 13 第一节 5S管理 / 13 第二节 5s的五大提升效果, 16 第三节 推行5S / 17  
第三章 商品陈列 / 23 第一节 商品陈列的原则 / 23 第二节 商品陈列的类型 / 26 第三节 商品陈列的方法 / 28  
第四章 商品盘点 / 37 第一节 盘点的目的和原则 / 37 第二节 盘点的类别与周期 / 39 第三节 组建盘点组织 / 44 第四节 盘点工作准备 / 47 第五节 分配盘点工作 / 53  
第五章 商品的采购与验收 / 61 第一节 商品采购的原则和标准 / 61 第二节 采购前的准备工作 / 65 第三节 采购时机, 68 第四节 选择采购方式 / 70 第五节 商品验收 / 72  
第六章 商品存货、理货与补货 / 77 第一节 商品存货 / 77 第二节 理货与补货 / 81  
第七章 商品损失与损耗管理 / 89 第一节 商品损失管理 / 89 第二节 商品损耗的原因及对策 / 92 第三节 损耗的预防与控制 / 95  
第八章 商品的销售策略 / 103 第一节 商品的定价方法 / 103 第二节 价格调整策略 / 109  
第九章 商品促销的策划及实施 / 115 第一节 促销种类 / 115 第二节 促销方法 / 121 第三节 拟订促销方案 / 129 第四节 促销效果评估 / 139  
第十章 店员管理 / 143 第一节 店员招聘 / 143 第二节 店员培训 / 148 第三节 绩效考核 / 155 第四节 奖惩管理 / 161 第五节 员工激励 / 165  
第十一章 商场(商店)顾客的开发与管理 / 179 第一节 透析顾客心理 / 179 第二节 提高顾客满意度 / 185 第三节 吸引顾客购物 / 190 第四节 加强服务管理 / 197 第五节 客户关系管理 / 204  
第十二章 商场(商店)的财务管理 / 215 第一节 现金与费用管理 / 215 第二节 报表编制 / 219 第三节 收银作业流程管理 / 229 第四节 预测未来经营状况 / 238  
第十三章 商场(商店)异常情况处理 / 245 第一节 顾客投诉的处理 / 245 第二节 退 / 换货处理 / 252 第三节 安全管理 / 259 第四节 突发事件处理 / 266 第五节 临时停电、停水的处理 / 271 参考文献 / 273

## 章节摘录

在接受顾客投诉时，应树立“顾客就是上帝”的服务意识，本着诚恳的态度对待顾客，切不可激化矛盾。

处理过程中的步骤如下：  
1. 就事论事，保持心情平静 顾客投诉时，往往是带着很不满的抱怨情绪，甚至会责骂，容易让接受和处理投诉的工作人员觉得顾客是针对其个人，往往很容易被激怒，而产生防卫性的行为和对立态度，甚至与顾客争吵。

因此，对顾客投诉时，首先要把人和投诉区分开来，处理投诉是自己的工作，顾客的投诉只是针对商场(商店)的商品或服务，而不是针对个人，不要受其情绪感染，保持心情的平和。

这是处理好问题的前提。

2. 认真倾听顾客的抱怨 接待顾客投诉时一定要保持冷静，要运用同情心认真倾听。

因为顾客对商场(商店)有意见前来投诉时，其情绪都是比较激动的。

此时接待人员要让顾客将抱怨完全发泄出来，不要做任何解释；待顾客心情平静下来，再询问一些细节，确认问题所在。

在倾听时，要站在顾客的立场回应顾客的问题，如表情严肃地点头，表达自己对顾客的关注，让顾客知道接待人员对问题的了解和态度。

其重点包括下列两部分：一方面，掌握顾客陈述问题的核心。

在认真倾听顾客说明事情经过的阶段，就要确认问题的核心所在。

这个阶段主要是判断问题的严重性与影响程度，以及明确顾客的期望，作为提出解决方案之前的评估。

。

另一方面，确认责任的归属。

这是表示对事件的慎重，以及正确把握解决问题的方向。

一般而言，责任可能来自商场(商店)，有时则是顾客自身。

3. 表示同情 等顾客将问题原委叙述完备后，应以同情的心态来回答对方的问题，并站在顾客的立场为对方设想，扮演对方的支持者，让投诉者明白接待人员对问题的立场和态度。

4. 诚恳地表示道歉 不管顾客所投诉的问题责任是归于商场(商店)，还是供货商，工作人员都应该诚恳地向顾客道歉，并对所提意见表示感谢，要让顾客产生被尊重感和受重视感。

要认识到顾客的投诉有利于自己工作的改进，是他们发现了商场(商店)经营中存在的问题，如果没有顾客提出抱怨或投诉，就常常认识不到自身的不足与问题，也难以完善其经营管理活动。

因此，正确地处理顾客的投诉与抱怨，以顾客的投诉和抱怨为鉴，是商场(商店)的一种公关途径，可以了解目标市场的需求趋势，洞察自身的不足与缺点，调整自己的营销策略，在激烈的商场(商店)竞争中赢得优势。

5. 提出解决方案 抱怨处理的最后阶段就是提出商场(商店)与顾客双方都满意的解决方案。

在提出解决方案前应注意一点，当顾客接受解决方案时，在权责范围内应迅速处理，绝不可以拖延；若无法立即或当场处理，应告知顾客处理的方式与可能的情况，以取得顾客的信赖。

对所有顾客的投诉与抱怨，店长都要回馈相应的处理意见，向对方提出解决方案。

要做到这一点，往往很不容易。

处理人员必须亲切诚恳地与顾客沟通，若是顾客不满意解决办法，必须进一步了解对方需求，做新的修正。

当双方都同意解决方案之后，店长都会确保该方案迅速、圆满地实施。

顾客抱怨处理完后，店员应依据公司的管理规定立即填写报告，以便检讨改进，从而避免类似事件再次发生。

6. 执行解决方案 当双方同意解决方案以后，就必须立即执行。

若恰好是在接待人员权限内处理时，应迅速利落，当场予以解决；若在权限以外，则明确告知对方事情原因、处理的程序，告知对方经办时间、经办人员的姓名，并留下对方的联络方式。

## <<店长实战手册>>

### 编辑推荐

本书针对店长工作中的岗位操作与管理需要，从职业技术和经营管理的角度提供了店长工作中所需的专业知识、规范、方法、流程、标准等，如商品盘点、商品的采购与验收、理货与补货等。作为一部较完备的店长岗位培训手册，该书侧重于岗位实践，为店长的个人素质、专业技能等方面的提升提供了系统的、切实可行的操作范本。

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>