

《服装店长这样当就对了》

图书基本信息

书名：《服装店长这样当就对了》

13位ISBN编号：9787518007010

出版时间：2014-7

作者：徐海宁,钱文华,陈其晖

页数：176

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《服装店长这样当就对了》

内容概要

不想当店长的导购不是好导购，带不出好导购的店长不是好店长！

你还在为提高店铺营业额犯愁吗，你还在为培养导购抓耳挠腮吗？如果你想轻松搞定服装销售，快速晋升？如果你想实现导购到店长的完美蜕变，打造业绩斐然的金牌店铺？，《服装店长这样当就对了》提供实用的案例分析和工具模板，并针对知识应用提供实施建议，帮助服装店长迅速转换角色，轻松盈利。

4大真实板块：日常运作+业绩管理+人员管理+客户管理

11个主题演练：订货技术、节假日销售、人员及客户管理等

24个实操案例：服装店铺的实景案例

28个店铺运营管理工具：订货统计表、商品分析跟踪表等

金牌店长实战秘籍：

店长角色定位 新上任的店长会面临各种挑战，感觉无处下手，你对自己的新角色有了清晰的定位了吗？店长的职责、心态、核心技能、工作要点，你都明确了吗？

店铺管理 高效的店铺会议越来越有效，如何开好店铺会议呢？店铺只有形成具体的、可量化的目标才能做到上下一心、上传下达，你能够合理分解店铺目标吗？

订货技术 如何确定订货量、如何确定畅/滞销品及订货的结构，如何根据款式的宽度和深度生成订单，你想成为一名订货高手吗？

节假日销售 节假日总是让人又爱又恨，人气旺盛，购买力强劲，却总是缺货断货，人员无序，各种混乱，如何才能充分抓住节假日的销售时机呢？

人员管理 团队的销售能量无穷，你的团队有短板吗？如何才能掌握科学的带教方法，帮助导购稳步成长呢？

客户管理 如果有效解决客户投诉，80%的投诉者会成为回头客，你知道客户服务领域的“蝴蝶效应”吗？如何管理VIP客户的忠诚度，如何针对知己型、蝴蝶型、藤壶型、过客型客户区别对待呢？

《服装店长这样当就对了》详细介绍了以上所有店长管理必备技能。

《服装店长这样当就对了》

作者简介

中国服装零售网络大学是由上海锐学企业管理咨询有限公司创办，锐学咨询成立于2007年，专注于通过混合式培训提升企业经营绩效，提供包括前期的咨询导入、测评诊断，个性化培训设计、培训实施、过程监控、应用反馈等整合服务。于2010年推出中国服装零售网络大学，专注于服装零售终端培训，充分应用网络培训手段，立足于帮助服装零售行业提升终端员工的能力，打造标准化终端店铺，提升其经营业绩，是服装零售行业学习专家及助跑者。

书籍目录

第一部分 店铺日常运作

——初当店长，有条理

主题一 店长角色定位

一、新店长角色转换

(一) 店长的重要性

(二) 店长与导购的区别

(三) 店长自我定位与角色转换

二、店长主要职责

(一) 概述

(二) 店铺业绩管理

(三) 店铺日常管理

(四) 店员管理

(五) 商品管理

(六) 客户关系管理

(七) 财务管理

三、店长心态塑造

(一) 将问题转化为机会

(二) 改变不愉快的氛围

(三) 常问自己两个问题

四、店长核心技能

(一) 目标管理力

(二) 主动沟通力

(三) 创新学习力

(四) 团队领导力

(五) 店员指导力

五、新店长工作要点

(一) 新店长快速成长法则

(二) 新店长的首要工作

实施建议

工具箱

主题二 店铺会议

一、店铺会议概述

(一) 店铺会议的分类

(二) 店铺会议的作用

二、店铺晨会

(一) 晨会的定义

(二) 晨会的常见形式

(三) 晨会一般流程——晨会七步曲

(四) 晨会的作用

(五) 店长如何开好晨会

三、店铺夕会

(一) 夕会的定义

(二) 夕会的目的

(三) 夕会的内容

四、店铺其他会议

(一) 店铺月会

(二) 店铺周会

（三）店铺临时会议

实施建议

工具箱

主题三 店铺目标分解

一、店铺目标与目标分解

（一）目标在店铺管理中的作用和意义

（二）店铺目标分解概述

二、店铺目标分解的依据和步骤

（一）店铺目标分解的依据

（二）店铺目标分解的步骤

三、店铺目标分解的具体方法

（一）店铺目标分解的传统方法

（二）份数分解法

实施建议

主题四 店铺 6S 管理

一、6S 概论

（一）理解 6S 的含义

（二）6S 的作用

二、6S 的实施方法

三、1S——整理

（一）整理的含义及重要性

（二）实施方法：红牌作战

四、2S——整顿

（一）整顿的含义及重要性

（二）整顿的关键——三定

（三）整顿的方法：看板作战

五、3S——清扫

（一）清扫的含义及重要性

（二）清扫的实施要领

六、4S——安全

（一）安全的含义及重要性

（二）安全实施要领

七、5S——清洁

（一）清洁的含义及重要性

（二）清洁实施要领

八、6S——素养

（一）素养的含义

（二）素养的实施要领

实施建议

工具箱

第二部分 业绩管理——蛛丝马迹，提销量

主题五 店铺订货技术

一、如何确定订货量

（一）订货量的重要依据

（二）订货量的其他参考依据

（三）计算订货量

二、如何确定订货的结构

（一）主力品类分析——确定畅 / 滞销品

（二）不同款式的分析——确定畅 / 滞销款

- (三) 主力品类的细化分析
- (四) 如何确定当年的商品构成
- (五) 消费价格带

三、如何生成订货单

- (一) 款式的基本配置
- (二) 款式的宽度和深度
- (三) 根据当季主题确定款式
- (四) 生成订货单

实施建议

主题六 提升业绩的关键指标

一、店铺业绩指标

- (一) 业绩分析现状
- (二) 报表中的关键业绩指标

二、店面管理指标分析

- (一) 同比
- (二) 总销售额
- (三) 坪效

三、人员管理指标分析

- (一) 连带率
- (二) 客单价
- (三) 平均单价
- (四) 人效

四、商品管理指标分析

- (一) 分类货品销售额
- (二) 畅滞销 10 款
- (三) 货品流失率

实施建议

工具箱

主题七 管理节假日销售

一、节假日的管理工作

二、节假日销售前的分析

三、人员管理

- (一) 确定人员排班
- (二) 明确工作分配和职责

四、货品管理

五、顾客管理

六、服务管理

七、宣传管理

八、节后工作

实施建议

工具箱

第三部分 人员管理——招兵买马，巧管理

主题八 导购培养

一、导购培养的三大模块

- (一) 三天无薪考察期
- (二) 入职培训
- (三) 岗位培训

二、培养计划的核心

- (一) 怎样做好传帮带

(二) 制定传帮带培训计划

三、深化培养的四大秘诀

(一) 秘诀一：采用 X+n 的竞争合作导向式编制

(二) 秘诀二：适人适岗

(三) 秘诀三：理人而非管人

(四) 秘诀四：培训和训练

实施建议

工具箱

主题九 如何激励员工

一、认识激励

(一) 什么是激励

(二) 激励的价值

二、物质激励——薪酬激励

(一) 薪酬激励结构

(二) 底薪

(三) 提成

(四) 奖金

(五) 福利待遇

(六) 薪酬激励设计技巧

三、非物质激励——精神激励

(一) 月激励方案

(二) 日常激励

(三) 岗级评定激励

(四) 按员工类型设计激励方案

实施建议

工具箱

第四部分 客户管理——巩固资源，挖潜力

主题十 处理客户投诉技巧

客户管理——巩固资源，挖潜力

一、认识客户投诉

(一) 认识到处理客户投诉的重要性

(二) 投诉产生的原因

(三) 投诉客户的类型

(四) 处理客户投诉的态度

二、处理客户投诉的基本程序

(一) 认真聆听，并做好记录

(二) 了解客户的真实目的，并作出快速分析

(三) 承担责任，提出解决方案

(四) 跟踪服务

三、客户投诉的基本问题分析

(一) 非质量问题而产生的投诉

(二) 面料问题或不当操作产生的投诉

(三) 商品已经超过了退换货期限（或没有发票凭证）

四、处理客户投诉的几种沟通技巧

(一) 处理客户投诉的风筝原理

(二) 缓和客户怒火的措辞

(三) 倾听与回应的语言模板

实施建议

主题十一 店铺 VIP 客户忠诚度管理

《服装店长这样当就对了》

一、VIP 客户忠诚度

- (一) 什么是 VIP 客户忠诚度
- (二) VIP 客户忠诚度的重要性

二、根据忠诚度细分客户

- (一) VIP 客户忠诚度模型分类
- (二) 店铺 VIP 客户忠诚度评分表

三、VIP 客户忠诚度管理策略

- (一) 提高客户感知度，提升客户忠诚度
- (二) 完善服务补救机制，实现客户忠诚
- (三) 提供个性化服务，设计创新服务
- (四) 加强 VIP 客户管理
- (五) 塑造良好的品牌和企业形象

四、各类型 VIP 客户关怀案例及策略

- (一) 知己型——关怀策略
- (二) 蝴蝶型——获取策略
- (三) 藤壶型——发展策略
- (四) 过客型——转换与放弃策略

实施建议

工具箱

《服装店长这样当就对了》

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：www.tushu000.com