

# 《服务的细节019:大数据时代的社区》

## 图书基本信息

书名：《服务的细节019:大数据时代的社区小店》

13位ISBN编号：9787506077345

出版时间：2014-10-1

作者：山口勉

页数：159

译者：尹娜

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](http://www.tushu000.com)

## 《服务的细节019:大数据时代的社区》

### 内容概要

《服务的细节019:大数据时代的社区小店》编辑推荐：鉴于国内的服务水平和服务质量与堪称服务大国的日本有着明显的差距，且在以扩大内需为主要经济导向的时代，越来越需要靠服务的品质来提升企业形象，提高利润，所以，学习借鉴日本的服务是国内企业的当务之急。为此，在经济管理领域著名的出版商东方出版社实施了针对制造业和服务业的“双百工程”战略，本套“服务的细节”丛书正是此战略之下的一套出版丛书。本套丛书计划出版100本，全部引进日本近几年内出版的服务领域的优质图书。现在已经出版的有《卖得好的陈列》、《为何顾客会在店里生气》、《完全餐饮店》、《完全商品陈列115例》、《让顾客爱上店铺1——东急手创馆》、《如何让顾客的不满产生利润》、《新川服务圣经》、《让顾客爱上店铺2——三宅一生》、《摸过顾客脚，才能卖对鞋》、《繁荣店的问卷调查术》、《菜鸟餐饮店30天繁荣记》、《最勾引顾客的招牌》、《会切西红柿就能做餐饮》、《制造型零售业：7—ELEVEn的服务升级》、《店铺防盗》、《中小企业自媒体集客术》、《敢挑选顾客的店铺才能赚钱》、《餐饮店投诉应对术》等，深受读者喜爱。

大数据时代的社区小店该怎么做？光靠质量和低价会将经营引入崩溃的深渊。日本小店“电化山口”的商品售价即便是其他店铺的两倍，也能卖得出去。并且能够做到连续15年盈利。其秘诀就是充分利用了顾客数据：掌握了99%的顾客家中冰箱使用情况；即便花钱也要去收集顾客家中洗衣机的信息；准确把握顾客准备更换电视机的时机；顾客家中没有安装空调的房间数量尽在掌握；对顾客家中的电器持有情况有详尽的了解的话，就会抓住顾客购买新品的需要，从而确保销售额的稳定。这是只有极少数与顾客保持紧密联系的小店才能做到的、大店所不具备的优势。小店有小店的优势，小店能认真地与每一位顾客对话，能更深入地了解顾客。小店有小店的作战方法，小店有小店的幸福。

## 书籍目录

前言

第1章 为了企业不倒闭，从“低价销售”到“高价销售”的模式转换

比其他家电量贩店售价高出15万日元也能卖出

年轻人不来光顾也无所谓

每周末店里都会举办活动

从家电量贩店的包围中杀出一条血路

痛感“高不成低不就是不行的”

什么是量贩店做不到的？

我没有裁员

即使销售额减少3成也没问题

将属于行业秘密的批发价告诉员工

整理商圈和顾客

废除以销售额为中心的人事考核制度

“上门推销”的原点就在山口电器创业之初

用4个信条满足客户

电化山口开始承接室内翻新工程

8年间毛利率突破了35%

第2章 “立刻飞奔过去”的山口营销模式

表层服务与深层服务

修理商品前先治愈顾客的心

在修理时不推销新产品

为了提高服务水平而制作的“客服项目清单”

就连菜刀也能帮顾客磨

顾客的喜好“一天三变”

先行一步，抓住顾客的潜在需求

冰箱在原本卖不出去的冬季里也能卖得很好

诚实地把滞销的实情告诉顾客

斑马车的秘密

您的优惠券有没有成为一种负担？

安全确认也是我们的服务之一

顾客如果没有来店的理由，制造一个不就行了？

想方设法让顾客在店里感到轻松自在

用“两根绳子”建立起与顾客的联系

电化山口“不卖什么”和“卖什么”

把顾客说的“请给我便宜点”当成是“问候语”

越是业绩不好的时候越需要用“社内吉尼斯”来鼓舞士气

以“个人形象慰问金”的形式回馈员工

“道谢”与“道歉”中的商机

电化山口的营销方法也受到了中国的关注

第3章 商品卖出去之后，生意才刚刚开始

每周都举行活动

夫妇共同来店享受两倍礼遇

给顾客寄邀请函也需要花一番心思

邀请函就是礼物兑换券

如何让顾客进到店来也需花一番工夫

店铺销售不能被动地等待顾客

不对初次上门的散客进行推销

汽车旅行一做就是29年  
在寺院里举行展示会？！  
给上钩的鱼多喂鱼饵  
第4章“日决算”是必须的，按月决算的话就太迟了  
现在的毛利率达到了“39.8%”  
每天都过目的话就能立刻发现问题  
东日本大地震与日决算  
觉察到异常就立即采取措施  
用“毛利汇总表”代替日记  
库存情况也通过每日管理实现可视化  
每天进行销量竞争  
电费支出也因“可视化”而减半  
将目标定大些，然后再逐步缩小差距  
借用金融机构的智慧，提高企业安全性  
即便销售额下降15%，也能确保盈利  
第5章 了解顾客的所有信息——顾客台账的秘密  
只有“放弃”部分顾客，才能有翻身之日  
找出“最想珍惜的顾客”  
缩小商圈  
电化山口实际上是“ID经营”  
经营需要武器——顾客台账  
顾客台账每天都要进行管理  
电化山口掌握了99%的顾客的冰箱使用情况  
有关洗衣机的信息，山口电器花钱也要收集  
更换电视机的顾客都有一定的特点  
顾客台账的完善永无止境  
后记

## 《服务的细节019:大数据时代的社区》

### 精彩短评

- 1、服务第一的销售策略
- 2、虽然是管理类的书，但过程很感人，希望我也可以做到！！！！
- 3、2015
- 4、如何在各大巨头之前求生存的小公司，不是一味地跟风低价求量，而是另辟蹊径从社区服务入手，精确的定位目标人群，细心的维护客户台账，提供差异化的服务，扬长避短，电化山口走出了一条自己的路。值得零售业学习和思考。
- 5、书不错，但书名的翻译哗众取宠。台译版的名字《為什麼他賣電視敢比別家貴一倍？少子化、高齡化下，小店大勝出的經營傳奇》中「老龄化」才是道出这本书真谛的关键词。
- 6、小规模，近顾客，高毛利，高利润，不亏损，不倒闭。
- 7、很现实的，一个问题，还是以卖体验为准，这个只能称为个案，在那样的天时地利人和下，造就这样的商业神话，可以借鉴切不可照搬...个别服务的典范可以作为一个案例进行深入分析
- 8、其实这跟《感恩经济》中的道理十分相似。要想别人购买自己的商品和服务，首先一点就是让别人感受到你的人情味，客户才回以金钱和不断的光顾给予回报。发展客户很重要，但是有自己的忠实粉丝群更重要。
- 9、2016.10.27，公司，公司藏书。非常精彩的一本书，很多时候让人有一种在读文学作品的感觉，丝毫不会觉得枯燥和无聊。作者本人开店48年，一直奋战在经营一线，这就使得字里行间的每一个表述都拥有大量的实践做后盾，因此也特别让人信服。山口勉的很多做法确实给我带来了很大的启示，有一次竟情不自禁的笑了起来，原来这样也可以。唯一的遗憾是书名不好，给人一种攀附时代热点词汇的感觉，其实书本身是非常淳朴和扎实的，丝毫没有现在很多畅销书籍的那种浮躁
- 10、可能更合理的译名是《老龄化时代的社区小店》

## 《服务的细节019:大数据时代的社区》

### 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](http://www.tushu000.com)