

<<服饰店铺“三手”协作销售模式>>

图书基本信息

书名：<<服饰店铺“三手”协作销售模式>>

13位ISBN编号：9787111255277

10位ISBN编号：7111255275

出版时间：2009-1

出版时间：机械工业

作者：王士如

页数：152

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>

<<服饰店铺“三手”协作销售模式>>

前言

服饰店铺买手销售模式突破传统服饰店铺的销售模式，给现代服饰店铺的经营带来了全新的方法，这种方法不但增强了店铺的销售能力，而且也十分简单有效。

这种方法要求店铺在合理分工的基础上，完善自己的“三手”协作销售模式，是我在多年实践经验的基础上提升总结出来的，是对欧美各大国际服饰品牌进行终端店铺改制项目的成果。

欧美服饰品牌企业在店铺销售经营上，可以说各有各的经验，各有各的方法，而买手终端店铺运营模式就是适用于不同品牌店铺的销售模式，这种模式可使店铺的品牌得到全面的提升，使各品牌店铺达到一个比传统店铺更高的经营层面。

从国际服饰店铺运营发展的情况来看，其经营形式一般有以下四个阶段：（1）简单售卖时期。

可以说，从服饰成为商品的那一天起，这一阶段就开始了。

直到18世纪末期，这一阶段才被发生在服饰产品生产领域的工业革命打破。

（2）传统服饰店铺销售时期。

这一时期始于1900年前后，到20世纪70年代末，主要的代表国家在欧美。

在这一阶段，欧美服装企业的生产能力得到空前的提高，特别是到了20世纪50年代后期，欧美各服饰公司的品牌意识大大增强，它们意识到对终端店铺进行改造，以提升其店铺竞争力的重要性。

在店铺里，它们配备了专业的销售人员进行销售，也开始关注店铺的装修和内部商品的陈列。

<<服饰店铺“三手”协作销售模式>>

内容概要

《服饰店铺“三手”协作销售模式》从全新的角度对服饰店铺经营模式进行了全面的论述。“三手”协作销售模式摒弃了传统服饰店铺的坐等式销售模式，强调店铺“三手”共同配合协作的重要性，开创了全新的服饰店铺销售模式。内容包括店铺“三手”、店铺常规销售工作、店铺非常规销售工作、店铺陈列及运营、促销与销售策略、店铺成本控制、店铺的有效订货七个方面，是服饰店铺管理及从业者必看的一本书。

<<服饰店铺“三手”协作销售模式>>

作者简介

王士如先生，买手国际文化教育有限公司总裁，买手企业运营模式创始人，服饰店铺销售师创始人，服饰店铺买手创始人。

从2000年开始，作者一直在欧美为各大国际品牌服务，进行买手企业运营模式的改制与买手的培训。

涉及的课程有买手代理加盟商订货、代理加盟商如何运用买手模式进行公司化运营、服饰企业买手运营模式、买手特训营、店铺销售师特训营、店铺卖手特训营、店铺陈列师培训、服饰企业项目诊断与改制等。

王士如先生有十多年的服装及鞋业从业经验，在这个领域不断研究服饰业的发展规律与流行趋势，创建了专业化的买手群体，帮助国内外服装企业进行买手模式运营的改制。

他根据中国服装业的发展状况，在国内建立了最早的中国服装买手联盟，使中国的服饰企业与国际接轨。

作者在中国出版的图书有：《服装企业买手模式》、《国际服饰店堂陈列》、《造就服装买手》等；任法国出版的图书有：《流逝的服装之美梦》、《新经济下的企业模式》、《经济信仰》。

王士如先生服务过的国际著名品牌有：耐克鞋业、意大利里昂服饰、荷兰托斯服饰、法国老人头鞋业（服饰）、法国KOOP服饰、美国轻工企业联合会、GAP、美国TIH00服饰集团、范思哲、ONLY、ZARA、伊芙·圣萝朗、阿玛尼、杰斯达、迪奥、夏奈尔等，并为全世界的近千家服饰品牌企业提供过咨询服务。

目前作者与大部分品牌企业仍保持着紧密的合作关系，并向其提供买手培训与企业培训服务。

<<服饰店铺“三手”协作销售模式>>

书籍目录

前言第一章 店铺“三手”第一节 什么是店铺“三手”第二节 “三手”的职能第三节 “三手”的协调
第二章 店铺常规销售模式第一节 进、补、调货品及运营第二节 信息网络共享建设第三节 款式综合分析
第四节 货品时尚流行性分析第三章 店铺非常规销售模式第一节 订制服务第二节 主动销售服务模式
第三节 客户管理与销售运营第四章 店铺陈列及运营第一节 陈列方案的制订第二节 陈列方案的执行
第三节 陈列的维护与管理第五章 促销与销售策略第一节 促销策略的应用第二节 销售策略的配合第六章
店铺成本控制第一节 销售成本控制第二节 店铺管理成本控制第三节 货品管理成本控制第七章 店铺的有效订货
第一节 店铺订货方案的制订第二节 店铺买手的订货运营后记

<<服饰店铺“三手”协作销售模式>>

章节摘录

第一章 店铺“三手” 第二节 “三手”的职能 买手店铺销售模式是一种立体化的模式，需要各专业人员的协作配合，才能够完成整体的店铺销售活动，这就需要对“三手”的工作职能进行划分，以更好地协同工作。

1.销售师的工作职能 销售师的工作职能主要有以下13项： (1) 管理店铺的职能。这一职能是从原来的店铺经理或是导购员职能沿袭下来的，销售师对店铺负有管理职责。

(2) 店铺财务管理职能。销售师应当具备对店铺进行财务管理的能力，这是其很重要的职能之一。

(3) 店铺货品陈列及陈列维护的职能。这是对陈列师工作职能的一种补充，店铺陈列师在制订出陈列方案后，销售师就需要对陈列师的陈列进行管理，以保证陈列师的意图得以贯彻和落实。

(4) 店铺销售管理。销售师要对店铺的日常销售工作进行管理，以使店铺的销售体现其专业性，使品牌的特点得以充分展示。

(5) 店铺或品牌形象的维护。店铺自有品牌或店铺经营品牌的形象要靠销售师来维护，以保证店铺的品牌形象获得最好的展示效果。

(6) 为顾客提供订制服务。销售师要具有服装设计师的基本技能，以便于在顾客进行成衣订制或自行设计订制的时候能提供专业化的个性服务。

(7) 顾客着装服务的顾问职能。店铺应当建立对顾客着装的服务标准，由销售师提供个性化的顾问服务，使自己品牌的顾客能够在销售师的着装建议下得到更好的着装效果。

.....

<<服饰店铺“三手”协作销售模式>>

编辑推荐

服饰店铺“三手”协作销售模式能够：让一个店铺发展5个店铺的销售能力！
让您创造5倍的销售业绩！

它是服饰店铺管理者必读的销售宝典！

计划提案业务。

面对公司所追求的利润目标，为确保利润目标的实现，“买手”不仅需要制定数量计划、商品计划、采购计划、卖场陈列计划、上货销售计划等，同时还需要明确这些计划的执行细节。

计划推进业务。

按照制定并通过的提案计划，与各关联部门（供应商、店长、导购等）协调关系，一起推进计划的顺利执行，共同达成企业目标。

业务有效控制。

“买手”需要为确保终端店铺的适正状态（商品鲜度、周期控制、商品回转率等），随时通过数据分析而调整商品，业务有效控制应以最小的合理商品投入换取公司最大的利润。

商品管理业务。

为确保企业利益的最大化，“买手”必须对库存商品、货品供应商、卖场货品结构乃至销售进行严格的控制和管理，避免出现由于货品结构的不合理带来的恶性连锁反应。

信息收集分析。

为了在激烈的市场竞争中立于不败之地，提高顾客满意度，对终端店铺信息、竞争对手信息、流行趋向信息、供货上游信息等的收集、分析也已经成为“买手”的基本技能。

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>