

<<店长应该这样当>>

图书基本信息

书名：<<店长应该这样当>>

13位ISBN编号：9787111327608

10位ISBN编号：7111327608

出版时间：2011-1

出版时间：机械工业

作者：欧阳海淼

页数：223

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>

## <<店长应该这样当>>

### 前言

从十多年前一名普通的导购员成长为今天优秀的培训师，继而将多年的经验与心得整理成册，希望借此机会让更多的人分享与学习，欧阳老师此举实属难得。

当我拿到《店长应该这样当》这本书的书稿时，十分欣喜于欧阳老师的投入和执著，这本书里包含了作者多年的心血，字里行间饱含着对这份事业的热情。

从事服装行业多年，我曾经感慨这是一个缺乏人才的行业，但是欧阳老师的执著让我相信——这样的培训师将不断影响我们的终端导购员，通过不断传播终端销售的系统知识，在消费市场日趋国际化的今日，将会推动越来越多的行业人才涌现。

在市场销售这个精彩的舞台上，将会有越来越多的优秀人才投入其中。

而培训师，却像幕后的导演，一心倾注于前台的店长、导购、销售人员的表演，他们只是默默地观察、记录、总结，他们需要一直身处表演的情境当中，但又不领受精彩演出后的荣光。

培训是一项极具挑战的工作，培训师本人每时每刻要吸收新的知识，要不断归纳总结，不断授予他人新的信息，还要讲究传播的方法与技巧，更重要的是在传播知识与信息的同时，要将人生的领悟分享给他人。

当欧阳老师开始着手撰写自己的第一本书时，我相信她已经全身心投入到这个“极具挑战”的培训事业了，在这个旅程里还有更多的艰难与挑战，也许这本就是一项“苦旅”，但对于她来说却乐在其中。

《店长应该这样当》这本书里有很多深入浅出的案例，看得出这是作者本人职业与生活经历的提炼。

这说明作者在自己的工作中善于发现与总结，而这一点也正是一位优秀店长必须具备的能力，与人交流是一项最大的学问，而如何保持诚挚的心，是我们一生都学不完的课程。

欧阳老师的第一本书，已然是向店长们抛出一串解惑的钥匙，它给我们带来很多实用的信息以及学习的启示。

学习的境界，是能将所学用之，所悟分享之，所感影响之。

一个人拥有不是拥有，全世界拥有才是真的拥有，比如科学、文明、幸福。

有幸能看到欧阳老师的课堂分享结集成册，通过书册更广泛地影响终端销售人员。

站在服装行业的角度，我期盼的人才辈出之时，相信为时不久，更多的人会为中国时尚行业之崛起而出一份力。

书写得虔诚，弥足珍贵。

希望欧阳老师今后给我们带来更多的惊喜。

## <<店长应该这样当>>

### 内容概要

在人们的印象中，服装行业属于暴利行业，但对于业内人士来说，服装行业暴利、开店就赚钱这些概念已是很久远的事情了。

如今整个行业都处在品牌多、竞争大、促销频、顾客挑的大环境下，服装代理商和加盟商的生意越来越难做。

那么，如何让门店业绩倍增的经营策略就显得尤为重要。

这就是本书要讨论的话题。

本书涵盖起点篇、销售篇、人才篇、货品篇、卖场篇等内容，书中加入作者多年的终端销售实战经验，从根本上帮助目标读者解决问题，帮助门店业绩倍增，成为最旺的服装店。

本书是国内第一本面对零售终端一线店长、销售管理人员、加盟商的简单易操作的傻瓜教材。

## <<店长应该这样当>>

### 作者简介

欧阳海森，《前沿讲座》专家讲师、国家注册企业培训师、中华讲师网特聘VIP讲师、门店销售管理专家。

从终端一线门店成长起来的实战派专家，多年来一直致力于零售行业的管理和培训，曾任多家知名品牌全国培训负责人，精通零售行业终端管理及零售门店培训，尤其擅长门店业绩提升类和门店管理类培训。

培训近两百场次，学员上万人次。

欧阳老师作为一名从终端成长起来的培训师，透彻了解门店人员内心及顾客心理，擅长在课程中加入成长心得，相似的成长经历使其极易与学员引起共鸣，现场气氛热烈，感染力强，同时贴近终端实战。

擅长解决的问题：门店销售业绩提升、门店经营管理、终端员工管理、终端服务能力提升、品牌经营等。

## <<店长应该这样当>>

### 书籍目录

推荐序一 推荐序二 前言 第一章 起点篇：最旺门店，赢在起点 第一节 相邻店铺为什么业绩悬殊？ 第二节 业绩的差异从什么时候开始的？ 第三节 你应该关注哪些盈利点？ 第四节 顾客能被我的店铺吸引吗？ 第二章 销售篇：服装这样卖才畅销 第一节 谁抢走了我的顾客——同样客流量为什么进店率不同？ 第二节 谁吓跑了我的顾客——如何解决深度接触率的问题？ 第三节 谁让顾客下不了决心——为什么成交率过低？ 第四节 谁拿走了顾客的钱包——如何提升客单价？ 第五节 谁逼走了下一单生意——如何提升续销额？ 第六节 谁在赶走我们的顾客——你还在给顾客“判刑”吗？ 第三章 人才篇：培养业绩高手 第一节 导购人员的出路在哪里？ 第二节 导购没有工作激情怎么办？ 第三节 谁才是销售高手？ 第四节 怎样才知道我找对了人？ 第五节 如何培养销售高手？ 第六节 如何让高手拼命做业绩？ 第七节 如何激发店铺内部的良性竞争？ 第八节 如何把合适的人放在合适的位置上？ 第九节 如何留住高手的那颗心？ 第四章 货品篇：购销两旺才能少库存 第一节 什么货品是能出业绩的货品？ 第二节 怎么让我的商品组合出业绩？ 第三节 如何平衡零库存与高业绩？ 第四节 上货怎么上？ 第五节 季初怎么推新款？ 第六节 高价位货品怎么卖？ 第七节 为什么货品卖不出去？ 第八节 畅销款断货怎么办？ 第九节 季末滞销款怎么办？ 第十节 如何让断码货品动起来？ 第五章 卖场篇：高人气的秘密武器 第一节 什么样的卖场是出业绩的卖场？ 第二节 怎么让我们的卖场吸引人气？ 第三节 为什么陈列总是中看不中用？ .....附录 店长周工作总结后记

## <<店长应该这样当>>

### 章节摘录

插图：散会了，小黎闷闷不乐。

这时，旗舰店的店长王姐找到了她，王姐可是位老资格的店长了，前后带出来好几个店长，现在公司正准备提拔她做督导呢。

虽然小黎不是她带出来的，但她也久闻王姐的大名，小黎赶紧向王姐求救。

王姐笑了，说：“小黎，记得以前培训时老师讲过这个问题。

”王姐为她作了以下分析：影响业绩的因素有：所在商圈、店铺位置、客流量、气候、当地消费习惯、店面形象、灯光、服务、货品、人员、物流、陈列、促销、品牌、销售技巧……终端无大事。

任何这些小的细节，都有可能影响到我们的业绩。

那么在这么多的因素中，到底哪些是影响业绩的重要因素，哪些又是我们可以掌控的呢？

纯粹依靠促销，高业绩能长久吗？

除了店铺选址、店铺面积、品牌效应、货品适销等一些客观原因外，有哪些是我们在现有的状况下，可以作出调整，从而可以创造出更多的利润呢？

相信这是我们每个人都关注的话题。

我们来看这样的一个公式：营业额=客流量×进店率×深度接触率×成交率×客单价×续销额其中，客流量，即在一定时间内店铺前客流的数量。

进店率，即你的门口的客流量是多少，进店的几率有多大。

我们常常会看到，在店门口的人流不少，但这些人流对你而言并不是有效的客流，因为他们根本没有进你的店，这个就是进店率的问题。

如果你要想让业绩倍增，进店率的提升是至关重要的。

## <<店长应该这样当>>

### 后记

搁下笔，我终于可以松口气了。

从接到出版社的约稿开始，到现在最终完稿，断断续续共用了半年多的时间。

由于中间有很多工作的穿插和其他活动的安排，我的时间也很紧张，经常是争分夺秒，挑灯夜战。

其中对前期提纲和选题的反复修改，断断续续就用了三个多月。

真正的正文，我是集中在三个月的时间完成的。

这段时间，除了到企业上课之外，大部分时间都在奋笔疾书，尤其是节日期间。

因为在零售行业，一般很少在节日期间开课，所以今年我的整个国庆大假是在“噼里啪啦”的键盘声中度过的，这也算是有史以来最勤奋的一个国庆节。

这本书是我的第一本书，里面包含了太多的心血。

感觉就像我的孩子一样，经过了半年多的酝酿，终于来到了世上。

出书的人很多，但也有一些人不一定是自己亲自写书，而这本书，我是真正自己一个字一个字敲出来的，因为这就像是我的孩子，我希望我的孩子血统纯正，品德优秀。

它可以不完美，可以不张扬，但一定要有用，一定要能帮助到别人，不然，那就有违我出书的初衷了。

书中的案例，大部分都是我十多年以来工作中的真实场景和真实体会，只不过换了个时间、空间和名字罢了。

这本书很平淡、很琐碎，里面的案例和故事可能很多做终端的朋友都很熟悉，因为，这就是终端，这就是我们销售人员面对的一切！

我力求用平实、真诚的语言来描述，力求用无华的文字、真实的案例、深入的分析，为大家提供切实的帮助。

## <<店长应该这样当>>

### 编辑推荐

《店长应该这样当:最旺服装店轻松盈利5大关键》：品牌多、竞争大、促销频、顾客挑……生意怎么做？

卖场天气、货品购销、店员调配……现场如何管？

实战派专家为你指点迷津，让店铺管理有门道，服装热销有绝招，让你轻松稳当金牌店长！

<<店长应该这样当>>

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>