

<<店员操作手册>>

图书基本信息

书名：<<店员操作手册>>

13位ISBN编号：9787121149566

10位ISBN编号：7121149567

出版时间：2012-1

出版时间：电子工业出版社

作者：黄宪仁，任贤旺 编著

页数：239

字数：282000

译者：黄宪仁

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>

<<店员操作手册>>

前言

店员素质是否优异，店员服务是否贴心，店员销售技巧是否高明，都会影响一个商店(或专柜)的兴隆与否！

美国《哈佛商业杂志》的研究报告指出，“再度光临的顾客”可为商店带来28%~80%的利润。而吸引他们再次光临的因素，首先是服务质量的好坏，其次是产品本身，最后才是产品价格，而获得服务好坏的评价，则在于店员、柜台人员。

沃尔玛百货的总裁也指出，“百货业唯一的差别在于对待顾客的方式不同”，一语道破天机！指出了店员的重要性与独特性。

零售业是一个以人为本的行业，对顾客提供顾问式、导向式的服务，协助顾客挑选真正满意的商品，是注重服务和细节的行业，这当中，站在第一线的店员，扮演着很重要的角色。

这是针对店员特别撰写的一本工具书，当作者撰写的《店长操作手册》一书出版后，台湾众多企业采购其作为店长(或储备店长)的培训教材，但也有众多企业反映缺乏基层店员的培训教材……于是针对商店培训的经验，撰写了有关“店员在销售服务上应有的技术与观念”的实用书。

这本《店员操作手册》是一本专门针对店员工作而撰写的实用工具书，内容以实用、实务为主，将理论技巧与实际经验相结合，再加上顾问的实际辅导精华，加以汇编而成，适合店员、商场干部阅读。

本书针对店员撰写，内容强调实用性，书内所提技巧、方法，实用性高，操作性强，对提升店员能力有很大的帮助。

本书上市后，受到读者喜爱，再版多次，在2011年5月特推出增订3版，第3版增加了更多的店员推销技巧、案例，希望能提升店员的销售实力。

读者若能将这本《店员操作手册》与《店长操作手册》合并阅读，效果将会更明显。

本书上市以来，感谢众多企业团体订购，并指定为员工教材。

希望本书的出版，对于商店(或企业)有提供实际参考的价值，并祝读者业绩百尺竿头、更进一步！

黄宪仁 写于台湾日月潭 2011年5月

<<店员操作手册>>

内容概要

店员素质是否优异，店员服务是否贴心，店员销售技巧是否高明，都会影响一个商店（或专柜）的兴隆与否。

由黄宪仁等编著的《店员操作手册》是一本专门针对店员工作而撰写的实用工具书，内容以实用、实务为主，主要介绍了店员的职责与规范、商品知识与技能、肢体语言、工作流程、柜台陈列工作、服务工作、收银与商品包装，同时提供了促销、销售、处理顾客异议和抱怨的技巧，将理论技巧与实际经验相结合，再加上顾问的实际辅导精华，适合店员、商场干部阅读。

《店员操作手册》所提技巧、方法，操作性强，对提升店员能力有很大的帮助。

<<店员操作手册>>

作者简介

黄宪仁

(台湾)宪业企管顾问有限公司总经理，资深诊断师，具有20年诊断、辅导企业经验，曾担任多家企业的专业总经理，主持、讲授企管培训班，服务海内外众多企业。

<<店员操作手册>>

书籍目录

第1章 店员的职责与规范

- 1.1 店员在柜台的工作职责
- 1.2 店员的工作规范
- 1.3 店员应了解商店工作规定
- 1.4 工作前要备妥工作用品
- 1.5 店员交接班的工作规程
- 1.6 站好最后一班岗

第2章 店员的商品知识与技能

- 2.1 店员如何获取商品知识
- 2.2 店员培训实例
- 2.3 店员要持续进修学习

第3章 店员的肢体语言

- 3.1 店员的着装top原则
- 3.2 店员的穿衣学问
- 3.3 店员的外观仪容
- 3.4 店员如何运用手势
- 3.5 店员在商业活动中的站姿
- 3.6 店员在商业活动中的坐姿
- 3.7 店员在商业活动中的走姿
- 3.8 店员与顾客沟通的三步骤
- 3.9 迎宾与送客的礼仪
- 3.10 接待顾客的语言
- 3.11 店员待客忌语
- 3.12 店员的推销技巧用语
- 3.13 店员如何使用服务用语
- 3.14 掌握身体语言的含义
- 3.15 店员要懂得聆听

第4章 店员的工作流程

- 4.1 营业前的准备
- 4.2 店员营业时的销售工作
- 4.3 营业结束后的工作
- 4.4 做好每日的销售记录
- 4.5 商品的验收工作
- 4.6 店员如何处理顾客退换货
- 4.7 柜台的盘点工作

第5章 店员的柜台陈列工作

- 5.1 商品在柜台的陈列原则
- 5.2 商品的陈列工作流程
- 5.3 在有效范围内陈列商品
- 5.4 商品陈列的方法
- 5.5 店员的柜台商品理货技术

第6章 店员的促销技巧

- 6.1 要让顾客试用商品
- 6.2 营造柜台销售的有利环境
- 6.3 店员如何配合促销活动

<<店员操作手册>>

6.4 与顾客建立良好关系

6.5 如何善用顾客档案加以促销

第7章 店员的销售技巧

7.1 整个商品交易的工作流程

7.2 顾客购买心理过程八阶段

7.3 如何善用销售技术八阶段

7.4 等待顾客时，店员应有的做法

7.5 掌握接近顾客的要领

7.6 用顾客喜欢的方式接近

7.7 接近顾客，诱导顾客说话

7.8 要双向沟通，不要“独白”

7.9 拿、放商品的方法

7.10 巧妙展示商品的方法

7.11 有技巧地推销商品

7.12 掌握销售要点

7.13 运用fab战术推荐商品

7.14 注意顾客的购买信号

7.15 店员提高10倍业绩的公式

第8章 店员的服务工作

8.1 做好商品的销售服务工作

8.2 伶牙利齿不等同于服务

8.3 不要把坏情绪带到工作场所

8.4 店员的咨询服务

8.5 掌握为顾客服务的技巧

8.6 充分发挥个人魅力

8.7 发自内心的微笑服务

8.8 赞美顾客的技巧

8.9 感人的话语如何表达

8.10 店员递交名片的礼节

8.11 店员接打电话的技巧

第9章 顾客异议的处理技巧

9.1 处理顾客异议的原则

9.2 判断顾客异议的真实意图

9.3 破解异议顾客的表面借口

9.4 把握处理顾客异议的时机

第10章 店员的收银与商品包装

10.1 收银作业的过程分析

10.2 做好收银工作

10.3 收银的交接规范

10.4 商品的包装检查

10.5 进行商品包装工作

10.6 商品包装的方法

第11章 处理顾客的抱怨

11.1 处理售货冲突的原则

11.2 顾客抱怨的原因

11.3 未雨绸缪，做好准备工作

11.4 处理顾客抱怨的步骤

<<店员操作手册>>

章节摘录

第1章 店员的职责与规范 1.1 店员在柜台的工作职责 1. 定位好你的角色 店员处于销售第一线，必须认清本身的工作角色，才能成为创造销售业绩的关键人物。

在职业的划分上，店员也属于销售人员的范畴。

当然，同众多上门推销的人员不一样，店员更多的是属于“坐堂”销售，即在自己负责的卖场内，接待顾客，服务顾客，销售商品。

换句话说，店员就是连接商家销售活动与顾客购买活动的“桥梁”。

一方面，商家需要将其商品推介给有特定需求的顾客；另一方面，顾客需要将他们的特定需求反馈给能满足其需求的商家。

2. 了解你的工作职责 只有明确自己的工作职责，你才能更好地为企业、顾客服务，继而提升你的销售业绩。

店员最主要的工作职责就是销售商品，但销售并不是一个简单的工作。

由于门市店员直接与顾客接触，是创造销售业绩的最关键人物，其一举一动皆关系着顾客对商店的观感；而店员从顾客的反应里，也可直接获知商店的利弊所在，所以店员的重要性与日俱增。

他不再只是扮演将商品售出的单纯角色，他更应该是：(1)为顾客做有效的商品组合 随着生活水平的提升、消费意识的变迁，商品的设计与生产将走向多样化。

加上市场开放，国外商品纷至沓来，面对比以往更加激烈的竞争，商店具备的功能就不只是将商品摆在店里卖而已，它更应该积极地去了解当地的消费特性及竞争店的状况、动向，以便寻求、开发自属商品与他店的差异，借以提高商品竞争能力。

(2)为顾客选择合适的商品 业态细分化后，为了适应不同消费意识与生活品位的顾客需求，商店经营者越来越注意销售形态的调适，如面对面或自助式的销售形态，今后，将配合需求的变化，而展开不同的销售方式，将较以往更令顾客感到满意。

一般来说，日常必需品大多采取自助式的销售形态，而选择性商品、专业性商品，通常属高价位商品，则宜用面对面的方式，因为这些商品的价值、功能、特性，大多需要通过店员的解说，使顾客能进一步了解，在这种情况下，店员就扮演着非常重要的角色，因为他必须负起为顾客挑选合适商品的责任。

(3)将商品信息提供给顾客 可通过精心设计的楼面标志、海报或POP，将有关商品的信息提供给顾客，尤其是那些具有特殊功能、需要特别介绍的东西。

制作标示、展示牌等应是美工人员的事，但店员应善用这些基础工作。

何谓基础工作，诸如简单的POP、商品展示陈列等。

(4)创造舒适、便利的购物环境 将有关联性的商品组合在一起，便于顾客选购，如超级市场有所谓的

“火锅区”，将各类火锅食物集中在一起，方便许多冬天爱吃火锅的消费者。

再加上陈列道具与卖场设施的衬托效果，更显现出整个卖场的便利。

(5)使顾客对商店产生信赖、认同感 小区商店除了担任销售商品的角色外，最好能与当地居民的生活打成一片，如帮忙代缴水费、电费等，小区商店更应积极扮演好保姆的角色，定期探访附近居民，告知新商品信息，并成为信息的传递站。

3. 要了解商品 (1)熟悉商场 想要和自己的商品交朋友，要先熟悉的便是商场，了解商场的进口、出口、存包处、楼梯、洗手间、服务台等，对各大类商品的陈列位置要熟悉(包括生鲜食品、干货食品、百货、精品屋、家电区等)。

(2)熟悉商品 商品是用来交换的产品，它包括一切能满足消费者某种需求和利益的有形实体和无形服务，一切商品都有使用价值和价值。

第一，商品的效用，即商品能满足买主需求的某种使用价值或功能。

第二，商品的特点，即该商品与同类或同种商品比较，所具有的与众不同的优良特征。

第三，商品的式样，即商品的结构原理，造型是否美观，花色是否新颖。

第四，商品的质量，即商品的理化性质、技术性能、使用寿命等因素。

<<店员操作手册>>

第五，商品的包装，即保护商品、方便购买、促进销售的功能。

第六，商品的商标，即用来区别不同商品生产者或经营者商品的一种标志，并受法律保护。

第七，商品的质保，即生产经营者对产品实施有关使用安全、卫生产品等质量特征实施的售后服务活动。

第八，商品的维修，即维修是保证商品使用寿命的一种必要措施，分定点维修或上门维修。

第九，商品的运送，即根据商品的特点或顾客提出的要求，采取送货上门的服务措施。

第十，商品的安装，即向顾客提供现场技术服务的重要内容，包括安装、调试、指导正确使用等。

(3)商品就是你的朋友 要想成为一个优秀的店员，所需的“知识量”是相当大的，但是只要下决心努力学习，任何人都可以把它“据为己有”。

随着你对商品知识的增加，便能很巧妙地应付顾客所问的一些难题，工作起来也会更加得心应手。

对商品知识了如指掌的店员能对顾客的询问做出确切的答复，因而能缩短销售时间，提高工作效率，能自信地回答顾客提出的反对意见，在顾客所需要的商品没有时，能推荐出替代商品和与所买商品有关的关联商品，从而更好地为顾客服务。

P1-3

编辑推荐

宪业企管（集团）公司是一家向企业界提供企管顾问咨询、企管培训教育、企管图书的公司。主要的产品项目有：驻厂辅导诊断，举办企管公开课、内训班，出版企管杂志、企管图书。

1994年，宪业企管公司在台北成立。

由黄宪仁顾问领队，同其他5个顾问一起，专门为企业提供营销诊断、驻厂改善、企业培训等工作。

2005年，成立宪业出版集团，并购启力公司、志威公司、麦可公司，统一业务工作。

2010年11月，宪业企管顾问公司的顾问部门成立南昌分公司，为更多企业提供诊断、辅导、培训等服务。

2010年12月，宪业企管顾问公司转投资成立新公司，专营杂志媒体入口网站，由顾问部门资深顾问师任贤旺先生负责运营。

<<店员操作手册>>

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>