

<<提高营业额优质服务的绝对条件>>

图书基本信息

书名：<<提高营业额优质服务的绝对条件>>

13位ISBN编号：9787538145458

10位ISBN编号：7538145451

出版时间：2008-10

出版时间：辽宁科技

作者：宫内亨

页数：320

译者：王玉珊

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>

<<提高营业额优质服务的绝对条件>>

内容概要

经营顾问这一工作最近越来越受到大家的关注，想谋求这份工作的人也越来越多。这么受欢迎的原因大概就在于这份工作看起来很时髦、不受拘束、受人尊敬吧！

现实中的经营顾问，就像我们船井综合研究所的经营顾问们的实际工作状态一样，是下面这样的。

每个月都去访问委托人和顾客所在的现场，为了提高销售额、毛利额以及效率而提出具体的可实施的建议。

提出建议之后，和以社长为首的负责人认真地讨论、研究，让社长能够实施我们提出的建议。

既然请求客户按照我们的建议去做，当然就会有结果。

如果是好的结果怎么说都可以，但是有时也有不好的结果。

好的时候当然是再接再厉，但是不好的时候更是要按照“SEE-PLAN-DO”去分析，去不断地实践。

并且，能够互相提高对对方的信任度，进而不断地成长，这是让人感到无比喜悦的事情。

如果对方对自己说：“遇见你，我的人生都发生了改变。”

”当听到这样的表扬时，真的是十分高兴。

渐渐地，这份工作就成为了不能割舍的工作。

当然，报酬也会相应地得到提高，但是在这一过程中的努力是非常关键的。

对经营的洞察力比职员、社长还要敏锐。

这种洞察力，也就是“能够更广、更深、更快地看穿事情的本质”的能力，而这种能力只有在实际的经营现场不断地锻炼才能够获得。

<<提高营业额优质服务的绝对条件>>

作者简介

宫内亨，1946年（昭和21年）出生，毕业于山口大学，后进入船井研究所做经营顾问工作，至今已21年。

这期间，作者亲自指导过800余家中小企业使其提高了销售业绩。

作者总结了自己多年来丰富的卖场经验，创立了“经营就是商品”、“商品魅力就是人格魅力”、“商品魅力=人格魅力=价值/价格”的崭新销售学系统，这些理论作为21世纪的销售理论引起了不小的轰动。

另外，作者还撰写过17本以卖场为中心的实践型21世纪销售学专著。

<<提高营业额优质服务的绝对条件>>

书籍目录

第一章 深受顾客喜欢的待客事例10则1 干净整齐的着装,认真仔细地倾听客户的意见,进入公司仅仅一个星期就取得了相当不错的业绩2 在饮食店,按照店长的指示,让顾客搭桌坐到一起,这样对提高营业额大有帮助3 进入公司仅一个月的时间,就销售了50万日元的整体橱柜4 受教于许多顾客,虽然是销售园艺植物的门外汉,但业绩却相当不错5 进入家居用品公司两年的职员,通过仔细分析“由谁使用,在哪里使用,怎样去使用”等一系列的问题,所以经他推荐的商品几乎都能销售出去6 有这样一位家具店老板,他多次亲自去客户家里处理赔偿的问题,到了后来这些顾客逐渐变成了自家的老主顾7 在关键的时候给顾客提出中肯的意见,这样的服装店老板既深受顾客的欢迎也会被自己的部下所喜欢8 天然食品专卖店的老板,因为拥有大量的固定客户,所以总能够顺利完成既定的预算9 把待客作为促进销售的王牌来不断增加顾客数量的宠物店:老板10 有这样的待客高手们,无论是什么样的顾客都非常喜欢他们,所以销售业绩也不断地增长

第二章 干净的仪表,认真倾听顾客所讲的11 干净的外表,整洁的仪容12 掌握接待顾客的基本用语13 对于顾客的言行都要一一给予积极的回应14 接待顾客时,始终保持自然的微笑15 在与顾客讲话时一定要不要含糊糊16 从胸腔发出浑圆有力的声音17 绝对不要撒谎18 一定要找到向顾客学习的地方,哪怕只是一点点也可以19 发挥自己的长处20 接纳、包容才是接待顾客的关键所在

第三章 完全了解公司、商店的经营方针和实际状况21 了解近期一当月一当天的经营目标22 制定近期一当月一当天的自己的目标23 按照“顾客的数量×销售的单价”来制定自己的目标24 依靠“顾客的数量×销售的单价×毛利率”来把握工作25 能够意识到商品的周转率26 能够意识到每平方米面积所产生的效益27 了解人工费所占的比例28 把以上提到的几项组合到一起来分析目标和实际成绩之间的差距29 不明白的时候和店长一起探讨,商量出解决的办法30 用公司的经营理念、方针来锻炼自己

第四章 努力卖出去正在销售的商品31 把自己的销售目标和毛利目标按照不同的商品类别具体地制定出来32 尤其是要把握住成为核心的主打商品33 把握住关联的商品34 把握住缺货的商品35 经常去思考商品使用价值的重点所在36 通过自己真实的叫卖声和宣传海报,充分表现出商品使用价值的重点所在37 能够清楚地说出商品的价值38 能够让顾客感觉得到商品的价格非常便宜39 在销售商品的过程中,要有自信心和自尊心40 销售出去正在出售的商品,为公司作出贡献

第五章 对于个体的顾客,能够适宜地提出合理的建议41 接纳所有顾客的一举一动42 抓住时机去接近顾客43 能够分析出“由谁、在哪里、怎样使用”44 了解顾客的大体预算45 当顾客犹豫不决的时候,能够适宜地给予很好的建议46 向顾客推荐商品的理由非常具有说服力47 不仅仅是一味地推销,有时也得后退一步默默注视着顾客48 结果还是希望顾客能够接纳,并且由他自己来决定49 能够记住顾客的容貌、名字以及大体的印象50 一对一的销售

第六章 面对要求索赔的顾客,一定要彻底解决51 面对要求索赔的顾客一定要认真仔细地倾听52 耐心地等待顾客的情绪渐渐平静53 作为商店,尽最大的努力做好能够做到的事情54 如果和顾客发生了争执,就需要亲自去顾客家中赔礼道歉55 即使是面对那些不讲道理的顾客,也要坚决把问题处理好56 向其他行业学习处理索赔的办法57 在处理索赔问题中学到的知识要永远铭记在心里58 在实践中不断地创新59 处理好索赔问题,赢得固定的顾客60 通过索赔问题的处理提高待客、商品销售的水平

第七章 一步一步地提高待客的技术水平61 刚开始工作时的自我满足性的待客方式62 即使是自我满足地去待客也是没有办法63 接下来是降低商品的价格去待客64 总是努力地去待客65 按照不同的价格层去待客66 总是为顾客着想67 能够按照商品的等级去待客68 总是能够让顾客得到满意69 按照不同的顾客层、不同的商品等级去待客70 总是能够感动顾客

第八章 把待客作为促进销售的王牌而有效地利用起来.....第九章 为了能够成为待客的高手必须学会包容第十章 待客高手的目录

<<提高营业额优质服务的绝对条件>>

章节摘录

第一章深受顾客喜欢的待客事例10则 2 在饮食店,按照店长的指示,让顾客搭桌坐到一起,这样对提高营业额大有帮助 我认识的M先生在一家生意特别兴隆的饮食店里打工。在如何能让不认识的顾客共坐一桌这一方面,他的技巧不得不让人佩服,甚至是比那些工作两年多的正式职员做得还要出色。

关于这件事我曾经和M先生探讨过,他对我说:“因为我们这家店总是满员,生意特别好,所以如果能让顾客们共坐一桌的话,对于我们来说是非常重要的。

在我来这打工的第一天,店长就仔细地告诉我应该怎样去做,我从店长那里学到了很多知识。

” 店长熟知店里的一切状况。

只要是店长的指示,无论是否是自己负责范围内的,都毫无怨言地接受。

用心去模仿店长的所作所为。

“如果按照店长的指示去做,肯定会有助于营业额的提高。

” 虽然只是店里的一个打工仔,但是却一直把自己当做其中的一分子。

因此,理所当然要去了解店里的现状和店长的经营方针。

待客的“待”也就是指“交往”,但是,交往的方式并非是千篇一律的,在不同的公司或商店里,在不同上司的领导下,交往的方式也会有所不同。

“如果位置发生了改变,当然随之风格也会变化”,所以,我认为待客的第一前提就是去了解公司或商店的历史、现状以及经营方等,这才是最重要的。

就像在这个例子中,虽然在店里的经营制度中并没有明确规定要让顾客共坐一桌,但是这确实是店长的指示,所以,去了解是很重要的。

到了后来我才知道,这家饮食店的店长正是由于自己热情地招待顾客,并让他们搭桌坐到一起,所以总是能够顺利地完成既定的预算。

还有,即使对那些打工人员,他也是这样来要求他们,从最开始就锻炼他们具有能让客人们共坐一桌的能力。

在当今的饮食界,让客人搭桌是比较有难度的待客技术之一。

那之后过了4年时间,M先生已经从一个打工仔发展成为w商社的社长,w商社在日本是顶尖级的日餐料理连锁店。

在所有让顾客搭桌的100家店铺中也是相当有名的。

了解并熟知店里的现状、店长的具体经营方针、公司的基本方针等,这才是待客的第一前提。

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>