

<<最棒店长的200个管理工具>>

图书基本信息

书名：<<最棒店长的200个管理工具>>

13位ISBN编号：9787560980607

10位ISBN编号：7560980600

出版时间：2012-10

出版时间：王柳珍 华中科技大学出版社 (2012-10出版)

作者：王柳珍

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>

## <<最棒店长的200个管理工具>>

### 内容概要

很多企业都发现，店长的管理能力和水平，对于一个门店的持续经营往往显得非常重要。

以前，很多企业都认为，一个好的店长只要会卖货，能把货品销售出去就行。

但现在评价一个好店长的标准不仅仅是会卖货了，更多的是看他的管理，看他能否带出一个好的团队。

本书囊括了一系列店长的管理技术与工具，有了这些管理技术和工具，可以迅速提升店长的管理能力，提升店员的工作效率，增强店面的竞争力。

<<最棒店长的200个管理工具>>

作者简介

王柳珍，会计系毕业，擅长小提琴、中阮、钢琴等多种乐器。  
热爱阅读和写作，长期从事经济、理财、销售方面的研究，曾策划出版《电话销售细节全书》、《每天一堂高效沟通课》等书。

## &lt;&lt;最棒店长的200个管理工具&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 如何进货 001 进货前店长应广泛收集货源信息 002 掌握进货的流程 003 如何确定进货采购时间 004 采购合同的内容和签订程序 005 和供应商打交道的注意事项 006 店铺与供应商之间易出现的问题 007 进货谈判时的意外情况处理 008 识别货物真假与质量的方法 第二章 如何盘点和管理库存货品 009 盘点的目的是什么 010 盘点的类别有哪些 011 店铺盘点的方法有哪些 012 店铺盘点要注意哪些事项 013 如何避免盘点时的损耗 014 盘点作业实施流程 015 如何进行日盘点、月盘点、年盘点 016 库存管理的分类 017 店铺合理库存的两个指标 018 分析库存是否合理 019 库存的负面作用 020 如何处理换季积压的货品 021 如何处理品牌货物库存 第三章 如何陈列货物 022 商品的陈列直接影响店铺生意的好坏 023 培养店员的商品陈列意识 024 商品陈列有哪些原则 025 商品组合陈列的五种思路 026 商品的陈列要从方便分类的角度出发 027 给周转快的商品安排好的位置 028 不同季节的商品陈列方法 029 商品的陈列要易选、易见、易购 030 怎样选择合适的商品陈列用具 031 怎样陈列商品适合顾客的移动路线 032 怎样给顾客营造一个宽松的浏览商品的环境 033 怎样利用视觉差满足顾客购买欲望 034 怎样陈列商品有助于防盗 035 怎样利用好橱窗有效地展示商品 036 怎样用陈列细节打动顾客的心 第四章 如何退换货品 037 退换货物管理的知识准备 038 退换商品的一般流程 039 确定退货和更换的标准 040 退换货处理三注意 041 顾客退货如何处理 042 如何开出店铺的退货单 043 如何寄送店铺的退货单 044 如何办理店铺退货结算 045 顾客退换货处理办法 046 顾客退换货品时的接待方法 047 顾客退换货物时未保持原样怎么办 048 顾客对商品退换处理意见产生异议怎么办 第五章 商品维护与保养 049 纺织类商品的养护 050 五金制品的养护 051 皮革类商品的养护 052 大件家电的养护与维修 053 生鲜食品的冷藏养护 054 糖、酒、茶叶的养护 055 食品、粮油的养护 第六章 有效地控制存货 056 加速商品流通 057 选择高流转性的商品 058 及时去旧换新 059 加强商品的保管 060 经济化储存商品 061 建立商品的保管账 062 盘点商品需及时 第七章 妥善处理滞销品 063 重新组合销售 064 通过特卖走出去 065 退回厂家交换 第二篇 销售管理：日常销售与促销 第八章 如何接待顾客 066 接待不同类型的顾客有方法 067 接待顾客的禁忌 068 接待措辞要因性别而异 069 掌握好接近顾客的最佳时机 070 如何询问顾客的需求 071 如何接待吹毛求疵的客户 072 如何接待没有主见的顾客 073 如何接待三思而行的顾客 074 如何接待爱刨根问底的顾客 075 如何接待现在不买的顾客 076 如何接待“去别处看看”的顾客 077 如何接待有急事的顾客 078 如何接待已买过商品的顾客 079 如何接待买不起的顾客 080 如何接待不同年龄的顾客 081 如何接待盛气凌人的顾客 082 如何对待心直口快的顾客 083 如何接待善于交流的顾客 084 如何接待少言寡语的顾客 085 缺货时如何让顾客满意而归 第九章 如何进行促销 086 促销调研的重点在于顾客的兴趣 087 影响促销计划的六个因素 088 店铺促销的目标 089 店铺促销的步骤 090 灵活多样的促销形式 091 重点掌握六个促销时机 092 节假日促销的四个妙招 093 确定吸引消费者的促销主题 094 现场演示有助于促销 095 满足顾客好奇心的促销方式 096 促销时如何提供售后服务 ..... 第三篇 财务管理：店铺的开源和节流 第四篇 员工管理：员工的培训与管理 第五篇 店铺管理：店铺的正常运营和管理 第六篇 顾客关系管理：顾客沟通与维护 后记

## <<最棒店长的200个管理工具>>

### 章节摘录

版权页：（1）期末盘点法。

期末盘点是指在会计计算期末统一清点所有商品数量的方法。

由于期末盘点是将所有商品一次点完，因此工作量大、要求严格。

通常采取分区、分组的方式进行。

分区即将整个储存区域划分成一个一个的责任区，不同的区由专门的小组负责点数、复核和监督，因此，一个小组通常至少需要两人分别负责清点数量并填写盘存单，复查数量并登记复查结果，第三人核对前两次盘点数量是否一致，对不一致的结果进行检查。

等所有盘点结束后，再与计算机或账册上反映的账面数核对。

（2）定期盘点法。

义称闭库式盘点，即将仓库其他活动停止一定时间，对存货实施盘点。

一般采用与会计审核相同的时间跨度。

（3）循环盘点法。

循环盘点是指在每天、每周清点一部分商品，一个循环周期将每种商品至少清点一次的方法。

循环盘点通常对价值高或重要的商品检查的次数多，而且监督也严密一些，而对价值低或不太重要的商品盘点的次数可以尽量少。

循环盘点一次只对少量商品盘点，所以通常只需保管人员自行对照库存数据进行点数检查，发现问题按盘点程序进行复核，并查明原因，然后调整。

也可以采用专门的循环盘点单登记盘点情况。

（4）抽样盘点法。

由审查单位或其他管理单位所发起的突击性质的盘点，目的在于对仓储管理单位是否落实管理工作进行审核。

抽样盘点可针对仓库、料件属性、仓库管理员等不同方面进行。

（5）临时盘点法。

因为特定目的对特定料件进行的盘点。

要得到最正确的库存情况并确保盘点无误，可以采用账面盘点与现货盘点平等的方法，以查清误差出现的实际原因。

012 店铺盘点要注意哪些事项 店铺在进行盘点的时候，要着重注意以下三方面的问题。

1. 盘点的时间安排方面（1）原则上规定各店铺为每两月盘点一次，盘点时间为25日，具体时间由财务部于盘点月份20日之前通知到位。

（2）因各店铺实际情况不同，若需更改盘点日期，应由各店铺负责人提前5天申请更改并通知有关部门。

（3）店铺盘点时间一般为晚上营业结束后至次日凌晨，配货中心为白天进行盘点，特殊情况除外。

（4）超市总部盘小组有不定期对各店铺、配货中心进行突击盘点检查的权力。

## <<最棒店长的200个管理工具>>

### 编辑推荐

《最棒店长的200个管理工具》中提供了店长所需要的216个管理工具，这可不是小题大做。只有规范到每一个细节，让每一个环节都合理地运作，这项工作的可操作性才会变得更强。就像大企业的流水线作业，他们绝不会放过任何一个细小的零件，这种在细节处的专注会提升整体的效率。

从古到今，每一个行业的顶尖人物无一不是注重细节的完美主义者。千里之堤，溃于蚁穴，细节虽小，却往往决定成败。

<<最棒店长的200个管理工具>>

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>