

<<店铺业绩倍增的8大秘诀>>

图书基本信息

书名：<<店铺业绩倍增的8大秘诀>>

13位ISBN编号：9787802345461

10位ISBN编号：7802345464

出版时间：2010-5

出版时间：中国发展

作者：祝文欣 编

页数：199

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>

<<店铺业绩倍增的8大秘诀>>

前言

很多人在谈及成功学的时候，都乐于念叨这么一句话：“一念天堂，一念地狱”，什么意思呢？

不管是生活，还是工作，其最终结果都取决于一种态度，态度不同，在对待环境时所采取的方式自然也有很大差异。

为什么有些零售店能够拥有应接不暇的生意、良好的客户关系和健康的发展趋势，员工们过着一种快乐、积极的生活？

为什么有些零售店终日忙忙碌碌，却只能维持最低限度的收支？

这中间的差别与日彰显，根源却难以捉摸。

其实，事业的构成并非只有无奈和等待，而是可以通过自身的努力去把握和调控的，这取决于你的“心态”。

我们有理由相信，人生的成败有很多种因素的影响，但起决定作用的却是心理态度。

这种态度的最大特征，就是在身处知识经济蓬勃发展的时代里，在如旋风般改变当代人的生活和工作环境的状况下的自我适应能力。

终端市场激烈的竞争环境会使达者愈达、愚者愈愚，自然也使很多人措手不及，一觉醒来就不再熟悉这个时代。

在你面对激烈的终端竞争是否感觉手足无措？

当你面对竞争对手的进攻是否感觉毫无办法？

当你站在门可罗雀店铺门口是否感到尴尬？

<<店铺业绩倍增的8大秘诀>>

内容概要

如何为零售店从业者提供一套完整的学习方案，如何以最经济、最高效的形式获取尽可能多的专业知识，这是本套书在撰写过程中主要考虑的问题。

编者也在朝着这个方向努力，试图达到“一册在手，事半功倍”的效果，使本套书成为零售店经营历练的宝典。

本书为其中之一的《店铺业绩倍增的8大秘诀》分册，书中包括了：如何把销售工作做得滴水不漏、商品规范有序的通用性管理等内容。

<<店铺业绩倍增的8大秘诀>>

作者简介

祝文欣先生

中国零售业著名营销管理专家

中国连锁经营协会零售业顾问

中研国际首席零售管理顾问

在与国内外著名品牌管理咨询机构多年的合作与交流中，祝先生积累了丰富的零售终端管理、渠道运作、市场战略规划的经验，尤其擅长卖场选址、卖场布局、卖场订货、卖场促销、卖场人员管理等。

祝先生足迹遍及中国28个省，50多个城市，主持过1000多场专业培训课程，服务过200多家连锁零售企业，以及50多家知名商场，拍摄了专门针对零售终端的系列光盘(店铺业绩提升之天龙八部)及其他专业VCD产品200多集，主编出版了30余本品牌打造及加盟商终端管理专业书籍。

多年来祝先生一直秉承“传道、授业、解惑”，“心怀助人之心”的理念，致力于将中外先进的零售终端经营理念、营销管理模式引入中国零售业，是零售业不可多得的实战派专家、顾问。

近年来主讲过的部分大型活动：

2001年中国连锁经营协会主办服装行业论坛

主讲：《创建连锁零售企业的快速反应模式》

2002年虎门国际服装博览会论坛

主讲：《生产型企业如何转向品牌零售型企业》

2003年中国连锁经营协会主办服装行业论坛

主讲：《加盟商如何投资服装品牌》

2004年人民大会堂，由高科技产业化研究中心和人民日报社主办的首届中国市场战略论坛

主讲：《赢在品牌决胜终端》

2006年与中国500强企业之一的国美集团强强联手，推出《品牌创富渠道为王》全国大型主题对话巡回论坛

主讲《国美渠道战略》

2007年与杭州市政府等联合成功举办经销商千人财富论坛《渠道创富决胜终端》，及首届百货行业的沟通交流财富论坛。

主讲《中国零售业的十大商机》

部分服务客户：

燕莎友谊商场北京赛特商场上海东方商厦香港新世界百货王府井百货大楼北京华联商厦中友百货北京西单商场北京翠微集团北京双安商场北京崇光百货北京东安集团北京新东安市场大连友谊商城青岛海信广场世纪金花股份有限公司皮尔·卡丹七匹狼劲霸柒牌ELLE艾格阿依莲耐克以纯美特斯·邦威等三百多家零售企业与品牌。

<<店铺业绩倍增的8大秘诀>>

书籍目录

秘诀一 从平凡到卓越：提升销售业绩的真正秘诀 — 你为什么平凡 1. 我们为什么如此辛苦 2. 到底是谁在驱逐顾客离店 二 卓越来自哪里 1. 超级销售与普通销售的差距 2. 销售最高境界：与顾客做一辈子的朋友 案例链接秘诀二 导购应该做的事：卖产品不如“卖”自己 — 导购需要做些什么 1. 请问，您懂什么叫导购吗 2. 如何把销售工作做得滴水不漏 二 导购综合情景训练 1. 训练A 2. 训练B 3. 训练C 案例链接秘诀三 搭建关系：主动接触，拼在起点 — 选择，永远比结果更重要 1. 我们每天都在构建“网络” 2. 顾客类型：选对池塘钓对鱼 二 将客户“拉”进来 1. 店铺氛围：吸引顾客进店的舞蹈 2. 助你建立良好客户关系的9种方法 案例链接秘诀四 产品应该怎么卖：卖“产品”不如卖“理念” — 商品管理 1. 商品规范有序的通用性管理 2. 顾客永远不缺好产品 二 你就是医生 1. 导购：像医生一样学会诊断 2. 做产品定向，如同医生开处方 案例链接秘诀五 推介展示：介绍卖点，引导体验 — 引导体验就是提升业绩 1. 新品、新货、新款开场的技巧 2. 促销开场 3. 赞美开场 4. 唯一性开场 5. 制造热销开场 6. 功能卖点 二 如何介绍商品 1. 王婆应该如何卖瓜 2. 如何介绍并销售高档品 3. 成套销售快速提升客单价 案例链接秘诀六 清除异议：解决问题，巩固需求 — 如何处理顾客异议 1. 是谁让你打不中10环 2. 对症下药才能下好药 二 因情制宜，处理顾客异议 1. 常见顾客异议 2. 顾客的策略 案例链接秘诀七 临门一脚：达成交易，快速开单 — 是什么影响了你的开单率 1. “我要考虑一下” 2. “太贵了” 3. “市场不景气” 4. “能不能便宜一些？” 5. “别的地方更便宜” 6. “没有预算(没有钱)” 7. “它真的值那么多钱吗？” 8. “不，我不要” 二 如何提升开单率 1. 立即提升业绩的成交秘籍 2. 心理引导：成交后必补的功课 秘诀八 顾客挽留：做好服务，不离不弃 — 如何做好售后服务 1. 销售永远不会结束 2. 做好顾客服务的多种层次 3. 顾客服务要做别人不敢做的事 二 售后服务=机会 1. 投诉是顾客给我们的第二次机会 2. 创造回头客——顾客服务的终极目的

<<店铺业绩倍增的8大秘诀>>

章节摘录

——市场上同类产品多不多：同类产品多，竞争就比较大，利润就会低些；同类产品少，有自己的特色，自己的竞争优势就大些。

——产品的重复消费量：产品的重复消费需求大，有利于吸引回头客；重复消费需求小，可持续发展的优势就不大。

——选择的产品是否有很好的区分度：重复性或可替代的产品，就没有必要都选择，否则，自己的产品跟自己的产品打架的现象也是会出现的。

产品分类和组合。

产品是需要分类和组合的，正如一堆散木头没有人要，但当它们被组合成一个家具的时候，它们的价值就体现出来了。

产品选择好后，还需要对其进行一些分类和组合，来更好地迎合和吸引买家；分类和组合的原则，同时也是对目标客户的进一步细分，比如创意礼品，可以把它分为两个大类：一类是照片定制类礼品，一类是纳米玩具；再往下分，还可按商品属性和消费者属性来分，如按产品属性分为：个性拼图、个性陶偶、纳米玩具、拍卖产品和赠品等；按消费者属性，又可分为婚庆纪念、生日纪念、毕业纪念、节日纪念等系列。

对产品进行分类和组合，为的是更好地对你的目标客户进行再一次的细分，用不同的产品组合，去满足更细一层消费群体的更细致的需求。

价格策略。

价格是营销环节中的一个利器，制定合理的价格策略，将会赢得很强的竞争优势。

竞争导向定价法。

采用这种方法来定价，你需要调查和了解目前同行中同类产品的定价，了解大概的价格范围，然后再制定你的价格。

通过这种方式来定价是比较科学、比较灵活的方法，而且也可以随时配合你的促销来进行，如开店前期没有信誉的时候，你希望获得更多的信用值，为将来的生意作准备，你可以制定较低的价格，甚至亏本都在所不惜。

促销导向定价法。

这种方法用于具体促销中，如可以选择一两款产品定个底价，目的只为了吸引人气，而不在于赚钱。

你售卖的商品有很多，每种可以采用不同的定价方法，组合起来，就成为你的一个价格体系。

价格体系可按低、中、高的策略来制定，低价位的，只能保本，甚至亏本，只为了赚人气，赚信用；中间价位的，针对你消费的主流群体，目的是为了实成交率和一定的利润；高价位的，针对高端群体，不求大的成交量，为的是弥补低价位亏本销售产生的差价，追求平衡。

这就像战争中的海、陆、空三支战队齐发，进行全方位的轰炸，胜利与否，就看你的指挥调度得是否合理了。

渠道策略。

你售卖的东西从哪里来，这就是你的进货渠道；你的东西打算在哪里卖，这就是你的出货渠道。

能够获得良好的进货渠道，也会带来史强的竞争优势。

查各个供货商，进行价格谈判，争取到更好的货源以及销售的一些优惠政策(如代发、较低的起订量)等；批发商的劣势是：诚信度一般、容易出现断货现象。

对于小批量销售的起步卖家，这是个不错的选择。

厂家。

去厂家拿货的好处是能够拿到较批发商更优惠的价格，保证货源的充足等；劣势是通常厂家对于订货量要求较高，销售政策要求也较高，如一些名气大的服装厂家，通常实体加盟店的模式销售，而对于零售店，采用是不会予以考虑的。

网络。

网上有不少独立的电子商务平台提供批发业务，好处是比较便捷；劣势是在价格方面没有太大优势，产品的质量不太可靠，供货的稳定性也不是很高。

<<店铺业绩倍增的8大秘诀>>

综上所述，现在零售业竞争越来越激烈，已经从产品竞争、广告竞争、价格竞争到了人才竞争。只有做到全方位的提升，在不久的将来才有希望从平凡走向卓越。

有人常常抱怨，我们为什么如此辛苦？

为什么？

举一个简单的例子：客户的目标是买太阳眼镜，有的是为了耍酷；有的是怕阳光过强，怕增加眼角的皱纹；有的也许是昨天跟男朋友吵架哭肿了双眼，不方便出门，因此要买一副太阳眼镜。每个人的特殊需求不一样，不管是造型多么别致的太阳眼镜，如果镜片的颜色比较透光的话，那么这副太阳眼镜提供的耍酷的功能是无法满足担心皱纹和希望遮住红肿眼睛的两位客户的特殊需求。

如果你能够及时找出商品所能提供的特殊利益，满足客户的特殊需求。

那么，你就成功了，你就不会觉得辛苦了。

相反，如果只是自顾自地滔滔不绝口若悬河，结果必然劳而无获。

因为，销售不是向客户辩论、说赢客户。

销售不是我的东西最便宜，不买就可惜。

若是东西因为便宜才能卖掉，那么，卖掉的原因是生产单位有效控制成本的功劳，不是销售的努力。

如果你没有便宜的东西能卖的时候？

那该怎么办呢？

同一个屋檐下，同样顶风冒雨，同样遭受过拒绝，有人把这些困难踩在脚下而业有所成；有人却在困难面前退缩而碌碌无为。

这就涉及我们下一节所讲的超级销售与普通销售的区别。

在任何环境中，都应该积极主动，我们在工作中，不可能天天都是阳光，面对不同的顾客，有时是刁难，有时是无理取闹，甚至有时还会出现谩骂等难堪场面。

这个时候，我们要做的不是逃避，而是勇敢去面对，豁达处理，耐心解释。

选择逃避只能让事情更加难以处理。

就算是一些无理取闹的顾客，也能让我们学会从容、豁达。

假如我们有了积极进取的心态，不管在工作上，还是在生活中，你都会过得充实，并能得到同事和亲人的尊重。

有句话说得好，悲观者在每个机会面前看到的都是困难，而乐观者在每个困难当中看到的都是机会。

P6-9

<<店铺业绩倍增的8大秘诀>>

编辑推荐

终端竞争日益激烈，如何抓住顾客敏感的神经？ 如何让您的店铺销售服务推陈出新？ 店铺销售技巧的提升，会使您的店铺业绩N倍增长！

为更好地传播零售行业的经营管理知识，为广大零售从业人员服务，中国发展出版社推出了集系统出版、商务培训、咨询顾问、资讯传播为一体的“零售商学院”运营品牌。

“零售商学院”拥有零售行业一流的管理顾问团队。

“零售商学院”将贯彻“专业知识，提升零售业核心竞争力”的运营理念，专注于中国零售业态的经营和管理，将零售业咨询与培训服务进行最优质的整合，并以此打造中国零售业最权威的资讯内容供应商。

零售业：服装、服饰、家电、建材、化妆品、超市百货、商场、珠宝、汽车服务业：餐饮、酒店、物业、金融、物流、旅游、房地产、电子商务、医疗保健、文化娱乐、美容美发 日本时尚零售业泰斗人物，零售百货业实战家， 被誉为“日本零售之神”的柳田信之先生： 中研国际是国际零售业先进管理理念的推广者，成功经验的传播者。

国美·鹏润国际时尚中心首席顾问，台湾著名零售专家李春材先生： 中研国际是中国零售业的财富教练，它传道、授业、解惑。

实践家知识管理集团董事长林伟贤先生：我在《我爱钱更爱你》中说过，一个人要想成功必须具备丰富的知识和爱心。

我想我能理解中研国际为什么会成功。

成功不是自己拥有什么，而是你给了别人多少，中研国际的成功就在于它不断帮助零售企业创造价值，走向卓越。

中国商业联合会商品交易市场专业委员会秘书长骆毓龙： 零售业发展需要动力，中研国际为零售业不断输送智慧产品。

《销售与市场一体育营销》主编张斌先生： 可用“实”来概括中研国际立身实战，厉行实务，力求实效。

中研国际品牌管理咨询机构，是专业为品牌企业提供零售管理培训、渠道运作、市场战略规划、导入先进管理模式的权威机构。

成立10年以来。

为8000余家企业提供战略规划、实战培训、咨询辅导等服务，超过20万人次参加过SEC在全国各地举办的培训活动。

中研国际总代商学院模块一战略管理篇，课程包括公司化运作的战略选择及组织执行力打造、组织结构与组织凝聚力打造、高效会议技术；模块二战术运营篇，课程包括：总代理市场渠道规划策略及年度规划、区域市场数据分析技术、如何有效指导加盟商订货、创新招商模式；模块三核心动力篇，课程包括：超越总代理公司化运作的优秀人才管理技术。

中研国际零售商学院疯狂卖手：培养具有卖场疯狂销售意识一流导购：超级店长：培养以客户自觉自发消费为目的的金牌店长：决胜终端之人、店、货三大模块：将系统解决打造黄金旺铺的全部问题。卖场教练不仅讲理念、讲技术、讲管理，更将用组织执行力管理帮助改善店铺心灵土壤，用教练技术传承打造终端卖场的造血系统，使卖场持续保持传奇业绩。

店铺诊断服务中研国际专业顾问针对客户提出的诊断需求，通过现场调研、访谈等方式对店铺形象，店务、货品、人员管理等进行分析，找到店铺存在的问题及其原因，提出解决方案，最终汇报诊断结果、提交诊断报告，帮助店铺找到实现规范化经营、业绩提升的方向。

专业出版与定制服务中研国际已出版了专注零售终端营销、管理类专业图书、VCD产品100余种，并为品牌企业量身定做终端运营的培训工具，将店铺营运规范、销售技巧、陈列技术、督导的教练技术、优秀代理商成长历程等拍摄为情景剧式VCD，配以专家顾问点评，便于员工轻松学习。

《服装经销商》杂志 第一本专业为服装经销商提供零售经营资讯服务的财经杂志，致力于解决服装零售商经营管理中的实际问题。

实战、实用、实效，为中国800万服装经销商业绩提升而服务。

<<店铺业绩倍增的8大秘诀>>

<<店铺业绩倍增的8大秘诀>>

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>