

萬有文庫

第一集一千種

王雲五主編

店員須知

陳銘勳著

商務印書館發行

店員須知

陳銘勳著

商學小叢書

編主五雲王

庫文有萬

種千一集一第

知須員店

著勳銘陳

路山寶海上
館書印務商

者刷印兼行發

埠各及海上
館書印務商

所行發

版初月四年九十國民華中

究必印翻權作著有書此

The Complete Library

Edited by

Y. W. WONG

WHAT A SALESMAN OUGHT TO KNOW

By

M. H. ZUNG

THE COMMERCIAL PRESS, LTD.

Shanghai, China

1939

All Rights Reserved

萬有文庫

第一集一千種

總編纂者

王雲五

商務印書館發行

店員須知目錄

第一章 商店售貨人職務之關係

第一節 商業販賣與事業上之部別

第二節 商店售貨人職務之緊要

第三節 售貨人有創造人類需要之魄力

第四節 文化增進與人類之需要

第五節 商學與商術

第六節 利達營業之意向

第七節 售貨人職務之研究法

第二章 近世販賣新法

第一節 販賣繁盛之原因……………一〇

第二節 生意之來源與販賣機關分布法之必要……………一一

第三節 製造家與消耗者中間所經之途徑……………一二

第四節 用廣告以革除中間人……………一四

第五節 商業中間人之必要……………一六

第三章 商店政策之變更……………一七

第一節 老政策之不可行……………一七

第二節 新政策之趨勢……………一八

第四章 上級夥友之修養法……………一八

第一節 個人品性上之要項……………一八

第二節 自省力之價值……………一九

第三節 品性之改進法……………二一

第四節 衛生與外貌……………二七

第五章 天性之研究……………三〇

第一節 知人智識之必要……………三〇

第二節 人類普通之等級……………三一

第六章 人類心理上之特質與交易之關係……………三四

第七章 商品之研究……………三六

第一節 商品上完全智識之重要……………三六

第二節 商品上智識之來源……………三七

第三節 破碎物品以研究之法……………三八

第四節 詢問他人以研究之法	三九
---------------	----

第五節 知物品上之歷史	三九
-------------	----

第六節 工廠之訪問	四〇
-----------	----

第七節 得顧客之意見	四〇
------------	----

第八章 交易之次序	四一
-----------	----

第一節 令人注意	四一
----------	----

第二節 起人興味	四二
----------	----

第三節 增加欲望	四三
----------	----

第四節 與主顧面談時之策略	四三
---------------	----

第九章 交易上所經過之階級	四四
---------------	----

第一節 交易之意義	四四
-----------	----

第二節 多得顧客之預備……………四五

第三節 與顧客之會晤……………四六

第四節 表示法之意義及目的……………四八

第五節 交易上之收束……………四九

第六節 貨物折扣之弊害……………五一

第十章 貨品與職務……………五一

第一節 適當之貨物與適當之價值……………五二

第二節 廣告……………五三

第三節 廣告之撰述……………五三

第四節 登廣告於新聞紙之要點……………五四

第五節 通信廣告之利用……………五五

第六節 窗飾.....五五

第七節 廣告牌.....五六

第八節 廣告板.....五六

第九節 傳單.....五七

第十節 主顧姓名之利用.....五七

第十一節 商店新聞之發刊.....五七

第十一章 商略總論.....五八

第一節 特別販賣之利益.....五八

第二節 特別販賣之物品.....五九

第三節 特別販賣利害上之比較.....五九

第四節 商術之舉例.....六〇

第十二章 零售賣貨人之職務……………六二

第一節 售貨人與僱主及顧客間之關係……………六二

第二節 成功之原因……………六三

第十三章 零售交易時之要點……………六六

第一節 顧客察看物品時可否急促其購買之問題……………六六

第二節 引導其主顧……………六七

第三節 物品上之談論……………六七

第四節 顯示貨物……………六八

第五節 細問主顧願出之價……………六九

第六節 交易上之誘引法……………七〇

第七節 問語上之機智……………七一

第八節 物品之代替·····	七一
----------------	----

第十四章 零販商店之雜論·····七二

第一節 暗號與定價籤條·····	七二
第二節 顧客付款時之要點·····	七三
第三節 換物問題之研究·····	七三
第四節 對於顧客之回答·····	七四
第五節 確實證明之必要·····	七四
第六節 貨物之遞交·····	七四
第七節 浮費之革除·····	七五

店員須知

第一章 商店售貨人職務之關係

第一節 商業販賣與事業上之部別

無論何種商業。曰大體言之。皆包含製造與販賣二大部分。我國舊說。別製造爲工業。然近世工業。無非爲商戰而起。故歐人皆歸納之於商業中。此外尙有第三者。爲記錄製造與販賣二部所經營之業務（即司理出納之賬目。）雖範圍較小。而亦可爲獨立之一部分。此三者之中。自以記錄爲易。其餘則以製造爲較難。然今世歐美之實業家。均以製造爲較易於販售。蓋其工業發達。故云然也。且事實上亦有不可誣者。即以報紙捲煙而論。每有一種新品出現。欲其流銷於市上。其經營之難。恆倍蓰於製造。是知販賣之道。實不可以不講。

第二節 商店售貨人職務之緊要

商店之競爭於市上。固當先求物品之精美。然工業發達而後。精美之物品既多。而經售者亦不止一家。往往有同一貨物。而此家滯銷。彼家暢銷者。故物品一經製造以後。其銷路之能否暢旺。與夫商店營業之盛衰。皆視一店中售貨人之手段如何而定。以常理言。似人生所欲需用之物品。自能求諸經售此項物品之商人。然有時人類或不自知其需要。或雖有此欲望。但未經他人說明。輒不自知其需用之急者。例如零售商店。常有某種物品。添購甚便。然於甫經售完之際。尙不自知。甚有不經他人勸購。竟不自覺者。卽如近年商務印書館所發售之金錢運送器。利用至便也。然商界多不知此項物品效用之大。是非待賣貨人之勸購不可。抑人類之慾望。常隨時勢而變遷。通常商品。如米布等。往往自能流通於市場。夫米布等爲人生所不可少。有不得不購之勢。自然需用商術之處較少。然欲使顧客集中於己肆。或研究何種貨品爲顧客所樂購。則仍不能脫離賣貨人職務之範圍。至消耗品之推銷。有賴於商術者尤重。蓋新出之品。利益較宏。而時勢變遷至速。有今年視爲新品。至明歲而已

爲陳舊者。例如今日汽車甚多。已不以爲奇。若在四五年前。則甚以爲異。故有十餘年前。極流行之品。今竟絕跡於市場。而新品早已代其位置者。又如新出之熱水壺。能使熱水之置其中者。保持溫度至二日之久。此在天氣寒冷之際。實爲人生需用甚殷之品。然非有人勸購。使確知其效。則他人亦必茫然不知。是知凡百商業。非先由賣貨人行使其職務。竭力勸購。則銷路必無從推廣也。

第三節 售貨人有創造人類需要之魄力

昔時經商之法。不過以爲商人有貨求售。購者欲需用此物。彼此兩相需要。自達交換之目的。今日風氣閉塞之地。其商人所持之見。亦復如是。此天然之經商法也。惟近世新商家之售貨人。則不任天然而出以人爲。人爲者即售貨人對於商業。而達其職務上最高之目的也。售貨職務上之目的。乃助製造家行銷貨物。使顧客知某種物品。爲其所必需。並使顧客於購買以後。甚覺其滿意。例如人壽保險公司之被保者。其中自願投保之人。不過居其少數。其餘無非由售貨人吸引而來。然而孤兒寡婦。賴有保險公司合宜之營業。得以減少家庭中之困難。因而感謝公司。並以保險爲人生所不可少。

者。蓋不知凡幾也。卽此一端而論。則售貨人之職務。實能增進人類之需要。彰彰明矣。又如外國商店所流行之收銀器。此器初出時。實無人知其便利。全賴售貨人推銷之功效。竟使一般商人。棄絕舊法。購用新機。革除銀錢出入之弊害不少。而其功效遂以大彰。美國有一商店經理人。謂售去貨物雖多。而真心購去者實少。意蓋謂全由售貨人勸購之力也。然因貨物之利用多。而銷路大。售價亦以減輕。苟以暢銷之物品。僅限於少數之銷路。則其價值之昂。自非可以同日語矣。卽以通常物品論。苟一用新商術。使攜帶便利。外觀佳美。則推銷自必易於廣遠。此亦天然之定理也。

第四節 文化增進與人類之需要

文化進步。足以增進人民之需要。增高生活程度。且亦使人民趨向於奢侈之一途。然此趨於奢侈之弊害。不能歸咎於販賣人之職務。蓋近世之商業。乃欲革除無謂之輾轉經手。求顧客與生產者之愈接愈近。以減殺其售價。若夫奢侈之弊。則實出於公衆之趨向。無可如何者也。

第五節 商學與商術

晚近以來。歐美各國。研究商店售貨人之職務。認爲一種科學。雖交易之道。遠自數千年前。沿襲而來。然研究則自近世始也。大凡科學之所以成爲科學者。以能撮集公理與法則。有一定不易統駕全科之功能。而學術則爲研究一切事情。所以能合乎此項學理之故。人有盡其所職。成績至優。而不知其原理之何如者。上古時代。以物易物。雖本出自天性。而亦半由於經驗。其時交易之道。於生活上。尚不覺其重要。故即使有研究商學之能力。亦視爲不必研究。嗣後文化漸進。交易之道。乃日趨於繁重。從歷史上觀之。可知古人於學理上。雖未必透明。而其交易之術。固甚精也。

近世以來。工業日進。交通運輸日趨於便利。天津北平四川廣東之貨。銷售於滬上者。較前爲多。商學之重要。由是漸萌。商界之競爭。由是漸烈。經商方法之程度亦由是較高。百年以前。僅有經營舊商業之智識。而已足用者。至於今日。則不能適應時勢之需求矣。故處今日之時世。欲求商業昌盛。非擇近世商學。爲商人所不可不知者。完全研究之不可。晚近以來。商戰益烈。苟仍用舊商術培植少年。