

图书销售

BOOKSELLER'S DAILY WORK PLAN

PLAN FOR (DAY) (DATE)

	Self	'Boss' or Assist.	A	B	C	Notes
9.30						
10.00						
10.30						
11.00						
11.30						

EXAMPLE OF A CASH FLOW STATEMENT AND NOTES

	January \$	February \$
Receipts	(7 000)	(5 580)
Payments	16 000	17 000
Salaries	200	200
	60	17 200
	13 000	13 000
	1 000	1 000

TRADING AND PROFIT & LOSS ACCOUNT WITH PERCENTAGES

Profit and Loss Account for the City Bookshop for Year 4, ending 31 March

(X) Opening Stock (L.A.)

Sales \$ 300 000

300 000

EXAMPLES OF STOCK CONTROL CARDS

AUTHOR		TITLE		ISBN	EDN	LOCATION
Quantity in stock	Quantity on order	Order date	Date Received	Price	Invoice Number	Report & Date

BOOK SALES BUDGET CASE STUDY

Plan of the City Bookshop



中国对外翻译出版公司

图书销售

培训班教材

图书出版培训中心/教科文组织

翻译：（按姓氏笔划排列）

刘光琴、许家齐、陈坤胜、麦莹

杜作辉、胡姗姗、贺佳、秦锦秀

校订：徐祖丰

中国对外翻译出版公司

图书在版编目 (CIP) 数据

图书销售/联合国教科文组织, 图书出版培训中心编写:

刘光琴等译. — 北京: 中国对外翻译出版公司, 1996

培训班教材

ISBN 7-5001-0291-7

I. 图… II. ①联…②图…③刘… III. 图书-销售-教材 IV. G235

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (96) 第 10094 号

出版发行/中国对外翻译出版公司

地 址/北京市西城区太平桥大街 4 号

电 话/66168195

邮 编/100810

责任编辑/陈炳发

责任校对/李 鲜

排 版/五一照排厂

印 刷/北京市振华印刷厂印刷

经 销/新华书店北京发行所

规 格/787×1092 毫米 1/16

印 张/16

版 次/1996 年 10 月第一版

印 次/1996 年 10 月第一次

ISBN 7-5001-0291-7/G·84

定价: 10.00 元

前 言

教科文组织在图书开发领域和读书习惯培养方面做了不少工作，工作重点一直围绕着图书对保存文化和作为交流媒介所具有的重要意义。大多数国家在图书开发领域工作中把主要力量放在发展图书出版发行的基础设施上，同时也充分认识到“人的因素”的重要性。因此，自 1985 年以来，教科文组织侧重于为经理们编制一系列关于图书出版、发行、销售和提高编辑技能方面的培训手册。这些教材在以图书的形式出版以前，业已（在非洲、亚洲、加勒比地区和译成西班牙文后在拉丁美洲）经过全面实地检验。前已出版的两本手册——《图书出版业务》和《图书推广、销售和发行》——受到图书出版界专业人员的热烈欢迎，还有根据协议由联合王国图书出版培训中心出版的《基础编辑》一书也受到了欢迎（该中心并联合出版了上述其他两本手册）。希望本手册《图书销售》将能填补目前这一领域培训教材的空白。

图书和版权处
教科文组织
巴黎

致 谢

谨向以下方面致谢：

感谢培训顾问伊恩·米勒，他负责校订材料、创作插图和汇编整理正文。伊恩·米勒自 1949 年起从事图书贸易工作，直到 1975 年成为顾问，在英国一些主要图书公司担任过许多培训和人事方面的职务。1968 年他作为培训官员借调到书商协会，1972 至 1975 年任 Pentos 图书发行出版集团的集体培训官员。他是英国管理研究所研究员和培训与发展研究所非正式成员。

感谢大不列颠和爱尔兰书商协会，本书在编辑售书技巧证书时所用经作者指定的材料属该协会版权所有。

感谢伦敦 J. 惠特克父子有限公司、R. R. 鲍克有限公司和英国图书馆书目服务处，本书关于书目章节使用了属它们版权所有的材料。

感谢伯明翰市伯切尔和马丁公司的 S. I. 马丁夫人提供了关于图书馆书籍供应的说明——见第 15—22 页。

图书出版培训中心

(45 East Hill, London SW18 2QZ)

和

联合国教育、科学和文化组织

(7 place de Fontenoy, 75700 Paris)

第一次出版

©教科文组织 1993 年

ISBN 92-3-102838-3 (教科文组织)

ISBN 0.907706-05-3 (图书出版培训中心)

版权所有不得翻印

目 录

	页次
前言.....	(3)
致谢.....	(4)
导言.....	(1)
第 1 讲 1.1 培训班课程介绍和自我介绍.....	(10)
1.2 图书贸易概览.....	(12)
1.3 什么是商业企业?	(22)
1.4 什么是商业企业?(续)	(24)
第 2 讲 2.1 地点和房舍.....	(29)
2.2 推销原则.....	(32)
2.3 商店布置.....	(45)
2.4 接触顾客的技巧.....	(61)
第 3 讲 3.1 财务介绍.....	(69)
3.2 营业帐户.....	(71)
3.3 毛利.....	(74)
3.4 毛利——存货构成.....	(75)
3.5 损益帐户.....	(77)
3.6 计算百分比的练习.....	(84)
3.7 解释损益帐户.....	(86)
3.8 其他比率.....	(88)
3.9 资产负债表.....	(91)
3.10 预算编制	(95)
3.11 销货预算	(98)
3.12 案例研究简介.....	(102)

	页次
第 4 讲	
4.1 案例研究——销货预算编制	(106)
4.2 小组汇报	(106)
4.3 其他预算	(107)
4.4 存货、供货和订货	(116)
4.5 时间、计划和管理	(121)
第 5 讲	
5.1 营销	(130)
5.2 库存知识	(139)
5.3 图书评价	(142)
5.4 进货技巧	(152)
5.5 进货所涉财务问题	(156)
5.6 存货控制原则	(162)
5.7 书目服务一	(168)
第 6 讲	
6.1 书目服务二	(181)
6.2 为什么培训和交流很重要	(240)
6.3 开放论坛	(242)

高射投影幻灯片

编号	标题	页次
1	从作者到读者/顾客.....	(14)
2	目标	(23)
3	公司目标	(23)
4	资源	(24)
5	相互联系的决定	(24)
6	四个商业经营问题	(25)
7	直观推销	(33)
8	什么是推销?	(33)
9	推销的无声诱导	(34)
10	利润靶心	(35)
11	使图书/顾客/书商结合起来	(36)
12	推销并不总是等于全部工作	(36)
13	顾客	(37)
14	人	(40)
15	利用官能	(41)
16	平视高度即为购物高度	(44)
17	AIDA	(45)
18	五个适当	(46)
19	VIPS	(47)
20	开架式布置	(47)
21	限制式布置	(48)
22	开放式布置	(48)
23	四类存书	(57)
24	销售的六个步骤	(63)
25	恰好原则	(69)

	页次
26 决算框架	(72)
27 营业帐户	(73)
28 不同销货毛利的销售额“构成”	(76)
29 第4年的营业和损益帐户	(78)
30 带百分比的营业和损益帐户	(80)
31 预算的定义	(96)
32 营销和销售的定义	(130)
33 察觉价值	(132)
34 购买过程	(133)
35 营销计划流程图	(137)
36 买主/销售代表情况	(157)
37 存货控制的目标	(164)
38 存货控制卡样本	(166)

讲 义

编号	标题	页次
1	为什么必须有经理? ——统一练习	(27)
2	什么是商业企业?	(28)
3	地点和房舍——统一练习	(31)
4	推销一	(43)
5	推销二	(44)
6	商店布置	(59)
7	需求品类等	(61)
8	销售的六个步骤	(68)
9	决算框架	(72)
10	第4年的营业和损益帐户	(78)
11	带百分比的损益帐户(答案)	(82)
12	第3年的损益帐户	(85)
13	资产负债表实例	(92)
14	销货预算.....	(100)
15	销货预算——详细的.....	(101)
16	销货预算——详细分类.....	(101)
17	销货预算——每月预计.....	(102)
18	销货预算案例研究和练习.....	(103)
19	销货预算案例研究——城市书店背景说明.....	(104)
20	销货预算案例研究——城市书店平面图.....	(105)
21	城市书店——第4年进货预算说明.....	(110)
22	城市书店——进货预算——预计.....	(111)
23	城市书店——进货预算——答案.....	(112)
24	城市书店——现金流量预算实例.....	(113)
25	现金流量预测实例——一般说明.....	(114)

编号	标题	页次
26	时间和计划——个人练习·····	(123)
27	一日工作计划·····	(125)
28	一周工作计划·····	(126)
29	关于你的时间计划的说明·····	(127)
30	时间管理——经理们的共同缺点·····	(128)
31	每日分析·····	(129)
32	市场研究的图解表述·····	(134)
33	营销——定义·····	(135)
34	营销——PEST 概念·····	(136)
35	营销计划流程图·····	(137)
36	图书评价·····	(143)
37	图书评价——技术审查·····	(145)
38	图书评价——本文和文化审查·····	(147)
39	图书评价——购书者·····	(148)
40 _a	图书评价——购书者的购买原因·····	(149)
40 _b	图书评价——人们为什么不买书·····	(150)
41	图书评价——基本要点·····	(150)
42	买主/销售代表情况·····	(157)
43	进货所涉财务问题——例 1—9·····	(159)
44	存货控制·····	(167)
45	《惠特克在版图书》样例·····	(172)
46	《书商》的本周出版物样例·····	(176)
47	英国国家书目周刊主题目录样例·····	(190)
48	英国国家书目周刊作者和书名索引样例·····	(195)
49	鲍克著者目录样例·····	(206)
50	鲍克书名目录样例·····	(217)
51	鲍克主题目录样例·····	(227)
52	鲍克款目样例·····	(237)
53	培训班评估表·····	(243)

导 言

学员

本培训班旨在传授售书技能。所有学员均应具有一定的实际售书工作经验，他们参加培训班是为了提高、扩大或修正他们关于主要方面的知识。

可料想到学员具有不同的能力和学术背景，但是本培训班的教学应以授予大多数人有用的信息为基础，即使这意味着将使少数吸收能力较差的人“强其所难”。

因此，本培训课程的对象是未经正规训练的经理或副经理和希望担任或将要晋升此类职务的人。

书店的规模如何或经营什么专业领域都无关重要，因为本教程着重的是主要事实，学员可以将事实带回去，并在必要时加以调整，使之适应于各自业务的需要。

本培训班将帮助学员：

- 了解图书销售业的复杂性
- 理解到如何进行任何交易业务和如何使他们工作所在的书店发挥最大的作用
- 改善同顾客的联系
- 了解主要财务比率和如何解释这些比率
- 意识到编制预算的价值
- 提高安排行政管理和规划工作的效率
- 提高销售技能
- 评价图书以提高买卖图书技能
- 更好利用现有书目资料来源
- 改善培训工作和同工作人员的交流。

如何使用本手册

本培训班课程的每一讲均包含：

- 教师提示——提示正文通常用普通字体，除非其为讲课指导的一部分

- 讲课指导——讲课指导均用细圆字体（如此处所示）。指出何时应放映高射投影幻灯片，通常还概括教师应讲述的要点
- 讲义——讲义将概述主要之点——通常即高射投影幻灯片所表述的——但也可能包含有关资料。

教师

培训提示是为有阅历的在图书销售方面具有充分知识和声誉的经理们（而不是专业训练员）编写的；使他们能够依靠提示，并以自己的有益经验，特别是事例和轶事作为补充，进行讲课。

比较理想的是应有一人自始至终参与培训班（往往指定为班主任），但不可能所有各讲都由一个人来讲授。在缺少合适教师的地方，由于人们都喜欢多样性，为了教师也为了学生，应限定任何一个人参加讲课的总时间最多不超过三天。

凡有可能，应由一批书商共同担任教师，每位专家讲述其有关的题目。

备课

教师应早在课前预先安排时间研究手册中所有与其要讲授的课有关的文件。还有必要补充与当地做法和当地环境有关的说明。

每位教师应通读教材并决定：

- 该讲是否能按原样进行
- 是否应仅使用某些题目
- 可补充些什么新题目——这种补充将对时间安排有什么影响
- 有无必要更换资料以使用更加相关的例子，特别是在有关财务的章节。

讲义和高射投影幻灯片

教师应将本书中提供的原件影印复制以备培训班使用。

讲义应打双孔后归入档案卷宗，以备影印供各讲使用，并应在适当时候发给学员，通常在课末分发，除非本书另有说明：例如在关于财务的各讲中，教师可能发现在一讲开始时分发为好，以确保学员理解所讨论的数字。讲义均有编号，并应打双孔，以便学员将讲义与自己的笔记一起插入合适的活页夹。

应将本书中的高射投影图表再制成胶片以便用作高射投影幻灯片。

记笔记

应鼓励学员记笔记，如果这样对他们有帮助的话，但应劝阻他们原封不动

地抄录高射投影幻灯片上的每一个字——应强调指出，讲义中将包括高射投影幻灯片上的材料。

设备

需要一架高射投影器和一个屏幕（或白墙）。如果不可能办到，就得在课程开始前将高射投影幻灯片材料转到一张活动挂图上——这将是费时间的。

有充分纸张供应的活动挂图或黑板都很有用。

讲课

讲课指导旨在避免教师讲述时间太长。好的培训方法应对讲题加以组织归纳使讲述不超过 20 分钟，然后或者改变课堂讲述方向或者最好使学员积极参与。

当然，在这一层次上，分组讨论将使学员能够以本讲主题为中心交流实际经验。学员在向教师学习的同时也彼此互相学习，这是本讲的一个重要组成部分。

教师在讲授时应充满热情，避免语声单调。如果教师熟悉教材，就无需照本宣读讲课笔记——这样将有助于吸引学员的注意力。

●A/P（听众参与）字样常常出现在一页的右侧，这表示略停，教师将提问以促进讨论。要使回答问题保持切中要害——这种讨论很容易漫无边际。

教师应就每一讲安排自己的时间表，教程中提出的时间表仅作为一种指导供参考，尽管这一时间表是以其他教程中已知的时间长度为依据的。如果时间表拉得太长，教师和学员都将感到疲劳，而后面几讲的有用信息就可能由于时间不够而被挤掉。

应鼓励学员准备好按时上课——迟到 5 分钟也不行。吃饭时间也应严格遵守。如果有某一学员迟到，仍应准时开始上课，——教师有义务让大多数人充分利用全部时间和向他们传授专门知识。

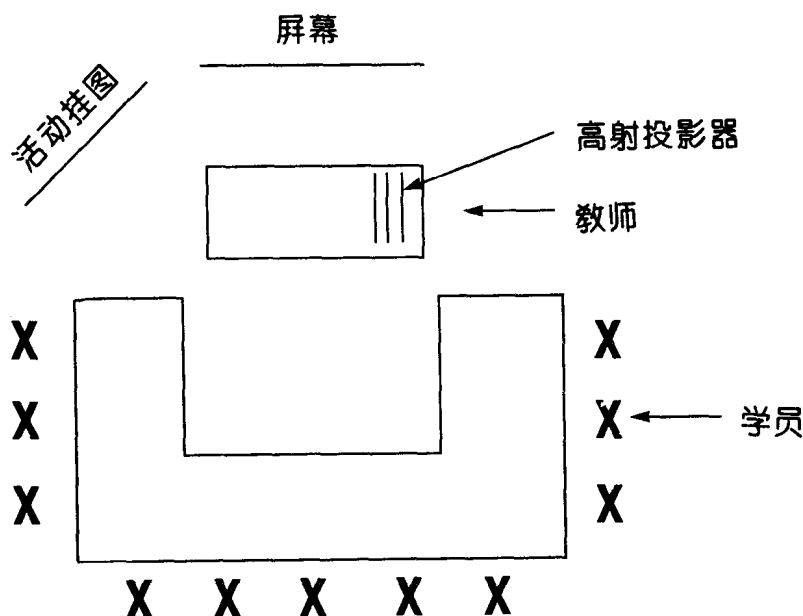
促使课堂上自始至终保持一种无拘束的非正式气氛——让学员如遇问题随时提问；避免到课末才回答问题，除非作为一种最后小结。

通过放映高射投影幻灯片来帮助集中注意力。如果教师补充放映自己的幻灯片，务必做到信息简短切题；学员不能领会文章式的幻灯片。预制的幻灯片主要为图表，以确保每个人都看到同样的信息。

为了最佳利用高射投影器，可（用教鞭、铅笔或尺）就在投影器上指点各项，因为这样就意味着你不必转身背对学员了——目视对方可促进良好交流。

座位安排

课桌最好排成U形，教师的桌子放在开口一端；见下图：



这样安排将使教员能够走进U形分发讲义，并使学员们可以彼此面对面进行讨论。

教程

建议的时间表（一个教学日通常为 $4 \times 1\frac{1}{2}$ 小时的课，上下午各有一次课间休息，中午则有较长休息时间供进午餐）：

讲次	时间
第1天下午 1.1 教师作本培训班课程介绍：“开卷”讲——学员自我介绍 讨论（汇报）——“我期待从培训班学到什么” 休息	1 小时
1.2 图书贸易概览 印刷厂、出版社、书商和图书馆员的职能，讨论书商目前面临的机会和问题	$1\frac{1}{2}$ 小时

1.3 什么是商业企业?

$\frac{1}{2}$ 小时

—利润促动——一般原则

—成文目标——你从事什么商业活动?

—资源: 场地/书店; 工作人员; 库存

休息

晚间

1.4 什么是商业企业? (续)

1 小时

—战略决定

—讨论: 为什么必须有经理?

第2天上午

2.1 地点和房舍

$1\frac{1}{4}$ 小时

—书店座落位置的重要性

—最佳利用空间

—空间利用方面的经济考虑

—引导到下一讲

休息

2.2 推销原则

$1\frac{3}{4}$ 小时

—推销介绍

—宣传/橱窗陈列/内部陈列

—将商品/顾客/销售人员联系在一起=顾客的购买动机

休息

下午

2.3 书店布置

$1\frac{1}{2}$ 小时

—使顾客“来商店购买”

—设备装置的布置方式

—开架式

—限制式

—店四周交通流量

—需求/方便/冲动/专业

—有效销售:

—横式

—纵式

—顺序

休息

2.4 接触顾客的技巧

$1\frac{1}{2}$ 小时