

<<店铺开发规划>>

图书基本信息

书名：<<店铺开发规划>>

13位ISBN编号：9787040236767

10位ISBN编号：7040236761

出版时间：2008-5

出版时间：高等教育出版社

作者：曹静 著

页数：235

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>

<<店铺开发规划>>

前言

随着中国连锁企业的迅速发展，特别是加入WTO以后，世界零售100强企业中已有一半以上的企业进驻中国大陆，中外连锁企业之间的竞争愈演愈烈。

在这场竞争中，门店资源正在并将继续成为中外连锁企业竞争的重点。

因此，制定科学合理的店铺开发策略、系统地测算店铺开发的成本收益、进行店内外的规划设计等对于中国的连锁企业来说具有重要的意义。

本书分为9章。

第一章系统地阐述连锁企业的发展战略，为制定合理的连锁企业开店策略提供前提；第二章介绍传统的连锁企业的开店调查方法，重点说明商圈调查的手段和测算方法；第三章介绍现代信息技术在连锁企业中的应用，重点说明地理信息系统在连锁企业中的应用；第四章分业态具体说明不同零售业态的企业在选址上的区别和注意要点；第五章主要说明店铺投资的原则和评估方法；第六章主要讲述店铺开业的计划和组织；第七章介绍店面外观设计，重点说明店名、店标、出入口、招牌、停车场等的规划设计方法；第八章介绍店内布局与环境设计，重点说明店内通道、照明、色彩、声音等的设计要点和注意事项；第九章介绍店铺设备规划与管理，重点说明店内电器设备、通风设备、制冷设备、防盗设备等的选择与维护方法。

全书既有对连锁店铺开发基本原理的深刻剖析，又有针对企业实践的介绍；既有对连锁店铺开发传统应用方法的介绍，又有对现代信息技术的应用展望。

<<店铺开发规划>>

内容概要

《店铺开发规划》是普通高等院校连锁经营管理专业系列教材之一，也是上海市高校教材高地建设成果教材之一。

《店铺开发规划》从连锁企业的经营战略出发，分析了企业常见的选址策略，在运用传统的商圈调查方法和现代信息技术调查方法的基础上，说明了店铺投资与评估的具体方法，进而对店铺的外观、店面和整体布局设计等进行了详细的分析。

《店铺开发规划》适合作为普通高等院校应用型本科连锁经营管理专业的教材，还可供高等职业院校、成人高校、民办高校及其他相关专业的教学使用，并可作为社会从业人士的参考读物及自学考试用书。

<<店铺开发规划>>

书籍目录

第一章 连锁企业店铺开发战略1.1 企业经营战略概述1.2 连锁企业开店战略1.3 连锁企业开店计划
第二章 传统选址方法——开店调查与商圈2.1 开店调查2.2 商圈2.3 店址确定第三章 现代选址方法——现代信息技术在选址中的应用3.1 现代信息技术在选址中应用概述3.2 GIS与商业选址3.3 GIS在商业选址中的应用第四章 不同零售业态的规划4.1 百货商场4.2 专卖店4.3 购物中心4.4 徒步商业街第五章 店铺投资5.1 连锁店投资要点与主要投资项目5.2 连锁店投资评估5.3 大型商铺的投资分析5.4 大型商铺投资的几个问题第六章 店铺开业6.1 店铺开店计划6.2 店铺开店的具体计划6.3 开业典礼的策划第七章 店铺外观设计7.1 店铺外观设计的原则和要素7.2 店面、店名、店标设计7.3 出入口设计7.4 招牌与橱窗设计7.5 停车场与楼梯设计第八章 店内布局与环境设计8.1 店内通道与布局设计8.2 店内环境设计第九章 连锁店设备选择9.1 制冷设备的选择9.2 店内其他设备的选择9.3 防盗系统的选择附录一 超市购物环境标准附录二 商务部关于规范境外中资企业及机构冠名有关事项的通知附录三 日本大规模店铺选址法参考文献

章节摘录

1.1.4 连锁企业制定经营战略的过程 连锁企业制定经营战略，是一个根据经营环境状况和未来的变化趋势，考虑如何更好地利用内部现有的实力以及潜在的资源 and 能力优势，制定出能够满足目标市场需要、完成企业既定目标的战略的过程。

因此，连锁企业在制定经营战略时，必须有系统观念，把企业看成一个开放系统，不仅要考虑系统与系统环境的“动态平衡”，而且要研究系统内部各子系统之间的协调平衡；必须有权变观念，对连锁企业的经营环境和内部条件从发展、变化的角度进行分析，并以企业经营环境和内部条件作为制定经营战略的依据；必须具有科学观念，运用现代科学方法和科学手段制定经营战略，使经营战略符合客观经济规律的要求，切合实际；必须以现代零售企业经营观念为指导，使经营战略体现现代企业的经营观念。

制定连锁企业经营战略大致包括以下几个步骤： 一、明确连锁企业的使命 社会主义条件下的连锁企业，其使命是促进商品生产发展，为满足人们日益增长的物质和文化需要作出贡献。

就单个连锁企业来讲，其使命目标是具体的，其使命要通过具体的经营任务去实现。

连锁企业的使命可具体化为连锁企业的经营任务，企业的经营任务是相对稳定的，一般不随时间或商品的变化而变化，因此，它可以为经营战略提供方向和指导。

<<店铺开发规划>>

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>