

<<连锁经营管理>>

图书基本信息

书名：<<连锁经营管理>>

13位ISBN编号：9787040365023

10位ISBN编号：7040365022

出版时间：李瑞华 高等教育出版社 (2013-01出版)

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>

书籍目录

第一章连锁经营概况 第一节连锁经营的起源及发展 第二节连锁经营的现状 第三节连锁经营的发展趋势 第二章连锁经营基本原理 第一节连锁经营概述 第二节连锁经营的基本模式 第三节连锁经营的业态选择 第四节连锁经营的优势及风险规避 第三章连锁经营战略 第一节连锁经营市场战略 第二节连锁经营品牌战略 第三节连锁经营竞争战略 第四节连锁企业的形象战略 第四章连锁门店的开发、加盟与外观布局设计 第一节连锁门店的开发 第二节特许加盟拓展 第三节连锁门店的外观布局设计 第五章连锁经营商品管理 第一节连锁经营商品定位与商品组合 第二节连锁经营商品采购与调拨 第三节连锁门店商品陈列 第六章连锁经营促销管理 第一节连锁经营促销概述 第二节连锁促销策略 第三节连锁促销活动的实施 第七章连锁经营物流管理 第一节连锁物流概述 第二节连锁物流配送管理 第三节连锁物流配送中心管理 第八章连锁经营顾客服务管理 第一节连锁经营顾客服务的内容 第二节连锁经营顾客服务管理 第九章连锁企业管理信息系统 第一节连锁企业管理信息系统概述 第二节连锁企业管理信息系统的基本结构 第三节连锁企业管理信息系统的运行管理 第十章连锁经营企业内部管理 第一节连锁经营企业的机构设置与业务流程 第二节连锁经营企业人力资源管理 第三节连锁经营企业财务管理 第四节连锁经营企业的控制和绩效评估 参考文献

章节摘录

版权页：插图：（3）把握新产品的引进时机。

不是任何新产品都适合马上引进，必须在充分了解目标顾客对新产品的认知及接受程度的基础上确定新产品的引进时间，否则会由于没有有效的需求造成新产品滞销。

如对于一些技术含量较高的电器产品，在刚投放市场的时候，大型超市就不适合马上引进。

因为此时只有少量非常关注新技术、追求新体验的消费者会购买这类新产品，而这类消费者通常不是大型超市的目标顾客，且大型超市在人员及环境方面一般都不具备进行介绍和推广这类新产品的条件。

产品在进入成长期时，由于目标顾客对产品已普遍认知，开始产生需求并且不需要太多的介绍即可进行选择 and 决策，所以，此时大型超市可以考虑引进该产品。

4.提供质量保证 连锁经营企业组合的商品必须符合安全性、可靠性及质量等级三个方面的要求。

（1）安全性。

连锁经营企业销售的任何商品都必须保证对消费者的生命和财产不存在安全隐患，所以，在选择商品时必须对商品的安全性进行评估，要求供应商提供相关的证明文件、安全认证等，如电器产品必须要有国家的3C认证、食品要有安全标志等。

（2）可靠性。

商品的使用功能及可靠性也是需要进行评估的。

如果产品本身存在缺陷，无法在合理的时间内提供其所宣称的功能，作为负责任的连锁经营企业是不应该让这类商品流入自己的门店以损害消费者的利益和企业形象的。

（3）质量等级。

对于商品质量等级的选择，不应该陷入误区，认为质量越高越好。

其实在质量选择上，要考虑产品的性价比以及消费者的需求。

如就连锁超市而言，因其面对大众消费者，在进行商品组合时。

符合质量标准的各种质量等级的商品都应该有，才能够满足不同消费水平及不同消费习惯的消费者的不同需求。

5.确定合理的价格 连锁经营企业在为其组合的商品定价时，应该综合考虑消费者、竞争对手、供应商价格政策以及企业自身的定价策略四个基本因素。

同时，连锁经营企业在定价时，除了要遵循企业定价的公平、合法、诚实信用的根本原则以外，还应该特别注意两点：其一是要考虑消费者对商品价格的敏感程度以及该商品的需求价格弹性；其二是不但要考虑单个商品，而且更要考虑整个类别的商品的整体价格形象和综合利润率，对承担不同角色的商品应该有不同的定价机制，在保证良好价格形象的同时保持合理的利润水平。

编辑推荐

《高等学校工商管理专业应用型本科系列教材:连锁经营管理》在编写时参阅了国内外有代表性的相关教材，并依据应用型本科教材编写要求，构建了内容体系完整、结构严谨的编写框架。

《高等学校工商管理专业应用型本科系列教材:连锁经营管理》在内容上侧重于对实际问题的深入讲述，同时配合知识卡片、小链接及综合案例等各种形式，深入浅出地阐释连锁经营管理理论，以突出知识的实用性和可操作性。

《高等学校工商管理专业应用型本科系列教材:连锁经营管理》借鉴和吸收中外连锁经营管理的最新研究成果，介绍新的连锁经营方式，以使学生在学习过程中紧跟时代步伐。

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>