

<<品类管理实战>>

图书基本信息

书名：<<品类管理实战>>

13位ISBN编号：9787121067259

10位ISBN编号：7121067250

出版时间：2008-6

出版时间：电子工业出版社

作者：程莉，郑越 编著

页数：241

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>

<<品类管理实战>>

内容概要

中国零售业的不断开放，促进了中国大卖场、超市和便利店的快速发展，在零售业竞争日趋激烈、零售商赢利压力越来越大的今天，如何通过有效的零售管理来提升绩效，已成为困扰零售商的首要难题。

针对这个难题，本书介绍了一种经欧美国家证明的行之有效的零售解决方案，即品类管理。

本书由17章和3个附录组成。

前3章概要介绍了品类管理的基本内容。

第4章至第15章是本书的重点，从品类管理操作流程的角度详尽介绍了如何实施品类管理。

最后两章介绍了作为品类管理基石的购物者的研究和品类管理工具。

附录部分收集了快消品和医药行业的主要供应商所实施的品类管理案例，以及品类管理常用术语。

本书可供零售商采购总监、部门经理、各级采购人员、门店店长、供应商现代渠道总监以及各级销售人员使用，也可供零售商总经理、培训部经理，供应商渠道发展部经理、培训经理和零售业咨询人员参考。

<<品类管理实战>>

作者简介

程莉，毕业于上海交通大学材料工程系。

1995年加入宝洁中国有限公司客户生意发展部。

2000年作为宝洁公司品类管理项目经理，负责品类管理在全国的传播和实践。

参与了《品类管理实施指南》一书的翻译工作。

发表了“品类管理及其适用技术”、“品类管理，势在必行”，“细节的魔方：品类管理操作流程详解”等多篇论文。

2003年加入广州高露洁棕榄有限公司，担任全国品类管理经理和华东区销售总监等职务。

作为中国连锁经营协会的特约讲师，参与了多个城市的品类管理培训。

书籍目录

第1章 品类管理概述 1.1 品类管理的概念 1.2 品类管理的起源 1.3 中国零售业的挑战 1.4 品类管理对零售业的贡献 1.5 中国实施品类管理的现状第2章 品类管理流程第3章 品类管理起步 3.1 企业现状评估 3.2 确定行动方案 3.3 项目计划书第4章 品类定义 4.1 品类定义的概念 4.2 品类定义的操作方法 4.3 品类定义的案例第5章 品类角色 5.1 品类角色的概念 5.2 定义品类角色的方法 5.3 品类角色的案例第6章 品类评估与品类评分表 6.1 品类评估的概念 6.2 品类评估的操作步骤 6.3 品类评估的案例 6.4 品类评分表的概念 6.5 品类评分表的操作方法 6.6 品类评分表的案例第7章 品类策略 7.1 品类策略的概念 7.2 品类策略的操作方法 7.3 品类策略的案例第8章 品类战术之高效产品组合 8.1 高效产品组合的概念 8.2 高效产品组合的操作方法 8.3 高效产品组合的案例第9章 品类战术之高效新品引进 9.1 高效新品引进的概念 9.2 高效新品引进的操作方法 9.3 高效新品引进的案例第10章 品类战术之高效产品陈列 10.1 高效产品陈列的概念 10.2 高效产品陈列的操作方法 10.3 高效产品陈列的案例第11章 品类战术之高效定价 11.1 高效定价的概念 11.2 高效定价的操作方法 11.3 高效定价的案例第12章 品类战术之高效促销 12.1 高效促销的概念 12.2 高效促销的操作方法 12.3 高效促销的案例第13章 品类战术之高效补货 13.1 高效补货的概念 13.2 高效补货的操作方法 13.3 高效补货的案例第14章 品类实施 14.1 实施品类管理 14.2 实施品类管理的潜在障碍第15章 品类回顾 15.1 品类管理实施结果回顾 15.2 品类管理的潜在效益 15.3 品类管理的阶段性回顾第16章 品类管理的基石——购物者的研究 16.1 市场研究 16.2 购物者研究概述 16.3 购物者研究与品类管理 16.4 市场研究公司第17章 品类管理工具 17.1 数据分析工具 17.2 货架陈列工具 17.3 促销分析工具附录A 快消品行业的品类管理附录B 医药零售行业的品类管理附录C 品类管理常用术语参考文献

章节摘录

第1章 品类管理概述 1.1 品类管理的概念 1.1.1 品类管理的定义 品类管理是高效消费者回应（ECR）的重要策略之一，是扩大需求、最大化店内资源的主要手段。

ECR是流通行业的核心技术和战略之一，是流通供应链上的各个企业以业务伙伴方式合作，建立一个以消费者需求为基础的、具有快速反应能力的系统，从而提高客户价值、整个供应链的运作效率、竞争能力，以及降低整个系统的成本。

如图1-1所示。

品类管理是ECR中的需求管理。

品类管理是“消费品生产商、零售商的一种合作方式，是以品类为战略业务单元，通过消费者研究，以数据为基础，对一个品类进行数据化的、不断的、以消费者为中心的决策思维过程”。

品类管理又称需求管理，它与ECR的关系如图1-2所示。

可以简单地将品类管理理解为零售管理的核心部分。

它涵盖了采购部和运作部的主要工作内容，还涉及人事管理，如品类经理的设置。

从实施的角度来讲，也可以这样理解：品类管理就是充分地利用数据进行更好的决策。

所以，品类管理是从日常零售运作中提炼出来的、科学的、系统的、精细化的零售管理方法。

品类管理是零售业的全面质量管理。

1.1.2 品类管理的流程 品类管理的流程主要包括8个步骤，即品类定义、品类角色、品类评估、品类评分表、品类策略、品类战术、品类计划实施和品类回顾，如图1-3所示。

虽然高层达成一致不在品类管理这8个步骤之中，但它是品类管理中相当重要的一个环节。

高层对品类管理的认识直接影响这8个步骤的实施效果。

品类管理是供应商和零售商一种全新的合作方式，是建立在相互信任基础上的协同合作，与传统买与卖的关系有本质的不同。

对供应商来讲，必须从以自身品牌为核心的经营理念转变为以品类为核心的经营理念；对零售商来讲，必须从简单的采购商品转变为售卖商品。

而这一切只有在得到双方高层的认同后才能得到有效的实施。

<<品类管理实战>>

编辑推荐

《品类管理实战》是一部品类管理的实践宝典，浓缩了作者们近十年的品类管理实践经验，对于快消品行业和医药行业的一线业务人员和零售终端管理者来讲，它是一部非常实用的培训教材，也可以作为品类管理的指导手册。

张国宏 上海华联超市总经理 《品类管理实战》揭示了国际和国内品类管理的技术和方法，实践性强通俗易懂，对于目前正在兴起的医药零售行业和制药企业的品类管理实践，有着积极的指导作用。

庄佳龙 上海强生制药有限公司总经理 《品类管理实战》非常全面地阐述了品类管理知识、操作方法和应用工具，为品类管理的实践提供了一份快捷、实用的路线图。

康炳华 IBM资深零售顾问 《品类管理实战》把品类管理的理论、方法与管理实践结合起来讲述。

好懂而又实用。

张智强 SPAR国际总经理 《品类管理实战》从品类管理的基本理念、实施方法及实际案例着手，全面系统地阐述了品类技术在零售业商品营销管理中的应用，对国内零售业现阶段从事品类管理工作的相关人员有很强的指导意义。

是一本不可多得的管理工具书。

曲文浩 深圳市一致医药连锁有限公司总经理

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>