

<<决胜终端>>

图书基本信息

书名：<<决胜终端>>

13位ISBN编号：9787306042965

10位ISBN编号：7306042963

出版时间：2012-10

出版时间：中山大学出版社

作者：周理彬，黄本新 著

页数：270

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>

## <<决胜终端>>

### 内容概要

《决胜终端连锁经营之八大兵法》以培养连锁经营的高素质技能型人才为目标，不但从理念、战略、战术、方法等多个层面、多个维度进行解剖和呈现，还着重介绍了店铺运营的基本条件与内涵、解压门店经营的库存积滞、VIP顾客管理等内容。

《决胜终端连锁经营之八大兵法》名为《决胜终端：连锁经营之八大兵法》，但不仅限于从终端角度进行阐述，亦从厂商如何面对市场一线的角度进行剖析，力求从不同维度来引起不同领域的朋友共勉。

## <<决胜终端>>

### 作者简介

周理彬，孕爱婴缘品牌营销策划有限公司董事长；广州慧纵联横企业经营管理顾问有限公司总裁；东方企业家商学院副院长。

资源整合专家，中国特级职业经理人，清华大学总裁俱乐部会员。

历任家乐福集团、福中福集团、索芙特集团、雅倩、实惠多、婴姿坊等知名企业的高管职务；并在多家企业机构担任战略顾问、多家高等院校担任客座教授。

周理彬先生的金牌课程深受各大企业推崇：“品牌至尊”、“决胜终端”、“巅峰团队”、“成功之巅”、“行销天下”、“狼性营销”、“渠道革命”、“连锁制胜”、“执行力决定竞争力”、“职业长青之高薪密码”等。

## &lt;&lt;决胜终端&gt;&gt;

## 书籍目录

导言兵法一 成功加盟连锁的基本条件与禁忌第一节 连锁经营概述一、经营理念连锁二、经营识别连锁三、经营商品连锁及经营服务连锁四、经营管理连锁第二节 连锁经营管理的优势一、连锁经营的基本要素之“八大统一”二、实现“八大统一”的意义第三节 我们该如何选择和评估加盟商一、成为加盟商应具备的基本条件二、对潜在加盟商的评估项目三、加盟商选择评估表格第四节 我们该如何控制开店的成败一、开加盟连锁店的“七大法宝”二、开加盟连锁店的“创业人群分析”三、开加盟连锁店的“店铺类型分析”四、开店成功铁律与失败教训兵法二 店铺经营环境分析第一节 店铺经营之宏观环境分析一、人口环境二、经济环境三、自然环境四、科学技术环境五、政治法律环境六、社会文化环境第二节 店铺经营之微观环境分析一、企业二、供应商三、营销渠道四、企业顾客五、竞争对手六、社会公众第三节 店铺经营之购买行为分析一、消费者购买行为的特点分析二、影响消费者购买行为的主要因素三、消费者购买决策过程分析兵法三 开店选址的收益与预测第一节 选址的重要性一、店址选择是项长期投资二、店址选择实质是市场定位的确定三、店址选择直接反映店铺为顾客服务的理念四、店址是制定经营方略及目标的重要依据第二节 店址选择的原则第三节 商圈分析一、商圈形态二、商圈的确定三、商圈分析的内容第四节 店铺选址的方法、技巧和禁忌一、店址选择的实用方法二、店址选择的技巧三、店铺选址禁忌四、关于店铺选址的忠告五、聚集特殊的地理位置六、店址选址须注意的其他问题七、如何对商业店铺进行投资分析兵法四 经营指标的释义与分析兵法五 店铺运营的本真内涵兵法六 解压门店经营的库存与积滞兵法七 无往不利的促销利器兵法八 财富之源——VIP 顾客管理附录 VIP管理的相关表格

## &lt;&lt;决胜终端&gt;&gt;

## 章节摘录

4. 不能想当然、凭感觉订货 订货是不能只凭眼光的。

特别是女性加盟商做女装，男性加盟商做男装，总喜欢凭着自己的眼光去挑选款式。加盟商本人的眼光只代表着自己的爱好，并不代表该品牌的主流顾客群体的爱好。此外，不同地区的人们对服装的审美观也有着一定的差异。

在款式的挑选上还要结合当地同类品牌的竞争情况。

比如男装中有些品牌茄克是强项，有些品牌西装是强项，要做到避其锋芒。

5. 让一线人员多参与订货，并做决策 人们常常提到“店长负责制”，但真正能做到这一点的并不多。

尤其是在订货这一关键性问题上，一般加盟商往往不敢让店长参与决策。

有些加盟商也带着店长去参加订货会，但对店长提出的意见也只是“仅作参考”。

加盟商应该让店长参与订货决策，一些管理成熟的店铺甚至可以直接让店长去订货。

店长每天直接面对顾客，并且对以往款式非常熟悉，对畅销款、滞销款非常了解，并清楚畅销款为什么会畅销、滞销款为什么会滞销，店长是顾客对产品款式、颜色、面料、价格等方面反应的直接面对者。

让店长参与订货决策有利于提高其对货品的第一感觉，培养其销售的积极性和责任感，并能有效提高订货质量。

当然，也有一些加盟商认为自己的店长并不具备这些能力，这是加盟商对店长的管理问题，并非是否定店长参与订货决策的理由。

如果出现这种现象，加盟商应该提高对店长的管理能力。

(四) 日常销售过程中应注意货品管理的科学性 1. 注意上货的陈列面管理和上货的季节波段管理 诸如ESPRIT、ONLY、JACK JONES等品牌大部分都是在商场进行销售的，其销售面积一般只有40平方米左右，而这些品牌又以正挂为主，占据的面积是比较大的。

也就是说，这些店铺一次性陈列出来的款式非常少。

难道这是因为这些品牌每季开发的款式非常少吗？

肯定不是，相反地，这些品牌每季所开发的款式数量比国内一般的品牌要多。

但店铺陈列出的效果让人们感到其款式非常清晰明了，这就是店铺的上货管理做得好。

.....

<<决胜终端>>

编辑推荐

领悟连锁真谛 实现利润倍增 实战派管理专家 谁掌控终端，谁就是最大赢家 兵法一  
成功加盟连锁的基本条件与禁忌 兵法二 店铺经营环境分析 兵法三 开店选址的收益与预测  
兵法四 经营指标的释义与分析 兵法五 店铺运营的本真内涵 兵法六 解压门店经营的库存与  
积滞 兵法七 无往不利的促销利器 兵法八 财富之源——VIP顾客管理

<<决胜终端>>

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>