

<<国际零售管理>>

图书基本信息

书名：<<国际零售管理>>

13位ISBN编号：9787500541882

10位ISBN编号：7500541880

出版时间：1999-06

出版时间：中国财政经济出版社

作者：姚钟华

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>

<<国际零售管理>>

内容概要

本书主要针对零售业的发达国家一些大零售商的管理实践进行剖析，对零售商管理中决策过程的各个环节进行分析，有利于我们从国际市场的角度来认识国内零售业的改革发展的需要。

书籍目录

第一章 零售世界：国际零售管理作用

- 1.1什么是零售
- 1.2分销渠道的作用
- 1.3分销渠道的组织
- 1.4由零售商完成的功能
- 1.5零售管理决策过程
- 1.6制订一项零售策略
- 1.7执行一项零售策略
- 1.8状态分析
- 1.9零售策略制定
- 1.10零售策略执行
- 1.11系统控制
- 1.12零售业的经济意义
- 1.13零售业机会

第二章 竞争研究：零售竞争形式分析

- 2.1零售市场结构
- 2.2零售机构
- 2.3零售所有形式
- 2.4竞争对手识别法

第三章 环境研究：国际零售动因分析

- 3.1零售国际化的动因
- 3.2经济环境
- 3.3社会文化环境
- 3.4政治法律环境
- 3.5新世纪零售商国际经营成功的要素

第四章 市场研究：顾客购买行为分析

- 4.1顾客需求
- 4.2顾客购买动机
- 4.3顾客购买行为
- 4.4顾客商店选择
- 4.5店内购买行为
- 4.6店内营销刺激 - 商店气氛
- 4.7市场细分
- 4.8目标顾客
- 4.9市场定位

第五章 商圈分析：商圈设定店址选择

- 5.1开设零售店铺计划
- 5.2市场调查
- 5.3市场调查的方法
- 5.4商圈分析
- 5.5商圈理论法则
- 5.6商圈饱和度
- 5.7城市商业人口
- 5.8零售中心性指数
- 5.9选址

<<国际零售管理>>

5.10零售商店赢利原理

第六章 商店管理：商店特色形象策划

6.1顾客喜爱的商店

6.2便于进入店铺的必要条件

6.3顾客对店面设计美的追求

6.4店面外观的基本类型

6.5橱窗设计

6.6零售商店店内布局

6.7零售商店店面设计

6.8便于购买的条件

6.9零售商品陈列设计

6.10商品陈列

6.11零售商品陈列设备和用具

第七章 商品策略：零售商品体系管理

7.1商品管理循环体系

7.2顾客对于商品的需要

7.3商品的流行款式

7.4畅销商品

7.5商品采购计划

7.6商品ABC分析法

7.7商品配置突破

7.8商品分类标准

7.9商品组合配置

7.10商品群

第八章 价格策略：零售经营赢利控制

8.1影响零售价格的因素

8.2零售价格政策

8.3基本价格政策

8.4制定价格策略

8.5价格策略

8.6目前在定价上常常出现的问题

8.7零售价格变更及顾客对它的反应

8.8折扣与让价

8.9定价在市场竞争中获利水平

第九章 促销策略：零售市场营销管理

9.1零售促销的基本概念

9.2零售广告策略

9.3POP广告

9.4销售促进SP

9.5公共关系

第十章 零售服务：顾客沟通渠道管理

10.1售货员服务

10.2售货员安排

10.3售货员服务机会

10.4售货员服务促销过程

10.5零售服务种类

第十一章 特许经营：国际零售市场拓展

11.1 特许经营的含义

11.2 特许经营的优势

11.3 特许经营的加盟系统

11.4 特许经营的国际潮流

第十二章 系统控制：零售管理信息系统

12.1 零售电脑集成系统

12.2 POS系统

12.3 EOS系统

12.4 VAN商业增值网

12.5 EDI电子数据交换

12.6 自动分拣系统

12.7 MIS管理信息系统

12.8 Internet对零售系统控制的意义

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>