

<<赢在商品>>

图书基本信息

书名：<<赢在商品>>

13位ISBN编号：9787506473514

10位ISBN编号：7506473518

出版时间：2011-4

出版时间：中国纺织出版社

作者：杨大筠

页数：110

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>

## <<赢在商品>>

### 内容概要

《赢在商品：时尚品速销企划手册》主要是对时尚类商品企划从概念到实施进行整体分析，从概念更新、观念创新到具体的企划实施，以顾客为中心，发展为目标，各部门相互配合，达到很好的沟通及协作，通过对供应链行之有效的管理，使其更科学、更系统，使企业达到盈利的目的。

在《赢在商品：时尚品速销企划手册》中，作者提供了大量实用的工具表格，能够使读者全面学以致用；每个案例均来自企业现实状况，翔实的数据能使读者获得全新的感受、真实的收获！

## 书籍目录

第一章 建立以顾客需求为导向的商品企划第一节 商品企划概述一、商品企划的内涵二、商品企划在现代社会中的应用三、商品快速反应时代与商品企划第二节 商品企划的核心目标与本质一、商品企划的核心目标是使市场营销活动效果达到最佳二、商品企划的本质是实现营销目标的计划和管理第三节 商品设计企划的要点一、服装商品设计企划的元素二、厘清品牌定位与商品的关系第四节 商品企划的流程一、商品企划的步骤与实施二、商品企划流程的图解三、流行信息是服装商品设计企划的养分四、品牌概念与商品设计企划的检视与评估第五节 商品企划的创作过程一、商品企划创作前的信息准备二、商品企划的创作流程三、商品企划书的执行四、服装商品企划的流程五、服装商品企划的实施时间表范例第二章 商品快速反应模式下商品企划的整体运营第一节 商品企划制定的基础一、信息的收集要以顾客需求为导向二、服装商品的季节划分越来越细化三、商品企划的数据分析与预算第二节 商品企划中的产品规划与商品投放一、产品规划二、商品投放第三节 基于市场调研的销售计划一、市场调研二、销售计划第四节 针对消费者的促销计划一、促销方式的特点及运用二、促销费用预算三、促销时机的选择四、促销的宣传工具第三章 以商品企划为中心的组织建设第一节 商品企划组织的内涵一、商品企划组织的核心作用二、商品企划组织的搭建三、商品企划人员的特质和能力四、商品企划组织的内外部组成及职能分配五、商品企划计划的构造六、商品企划计划的安排第二节 商品企划组织主要岗位的职能一、企划总监的工作范畴二、数字企划的工作内容三、店铺企划的职责四、企划助理的工作第四章 建立对应市场变化的快速反应机制第一节 快速反应机制的内容第二节 店铺信息的快速回收和建立自动反馈机制第三节 信息分析、利用、准确判断的机制一、紧急商品企划第四节 案例数据分析第五章 商品企划实务第一节 分解公司的战略目标一、以年、季、月、周为单位的公司战略目标分解二、阶段目标的设定三、阶段目标的确认第二节 商品企划日程的建立第三节 分析、利用数据第四节 商品框架的搭建第五节 商品的平衡管理一、加速资金周转二、商品推移管理第六节 商品的上货波段

#### 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>