第一图书网, tushu007.com

<<连锁制胜的技巧与实例>>

图书基本信息

书名：<<连锁制胜的技巧与实例>>

13位ISBN编号：9787507820683

10位ISBN编号：7507820688

出版时间：2002-1

出版时间：中国国际广播出版社

作者：周树清,王必成

页数：548

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

内容概要

《MBA营销实务与案例丛书：连锁制胜的技巧与实例》正是您和经营连锁店而写，在该书中您看不到“连锁理论”，它告诉您的是创办和经营管理的具体方体、步骤和大量实例。
全书分为五章，第一章是概论。
第二章详细介绍连锁店的具体操作方法和程序。
第三章阐述了连锁店的八大战略。
第四章您将了解到连锁店管理的技巧。

<<连锁制胜的技巧与实例>>

书籍目录

第一章 连锁营销：21世纪盈利最快的行业一、网络时代的连锁营销1.网络时代的特征2.连锁营销搭上网络时代的快车3.中国发展连锁营销的必要性二、连锁营销的特征与模式1.连锁营销的本质及特征2.连锁营销的2种模式3.连锁营销的10种形式4.连锁营销的优势与效应5.连锁营销：国际化与本土化6.美国和日本连锁营销形态的比较三、连锁大国的连锁潮1.美国连锁业2.日本连锁业3.连锁营销在中国[实例]深圳市新华书店的成功模式第二章 连锁店开业的操作方法一、连锁店的概念与定位1.3 S原则2.连锁店的优势，弱势3.连锁店的概念与定位二、有效的商圈调查1.商豳的确定2.商圈调查的要点和方法[实例]苏宁连锁店市场调查与分析三、选择合适的加盟体系1.进入加盟系统的五大步骤2.加盟者自我评估事项3.加盟者需要承担的两大风险4.对加盟体系的评估[附录]创业者测验题四、选择合格的加盟者1.选择加盟者的标准2.选择加盟者的四大方法[附录]美国连锁店评估表[实例]7-11吸收连锁店的具体方法和标准五、连锁契约1.签订加盟契约的24条注意事项2.加盟者中途解约应承担的责任[实例]一份典型合同样本六、店铺规划与设计1.选址的原则和技巧2.店铺的规模要适当3.创造良好的购物环境[实例]连邦软件的店面设计第三章 连锁营销战略与实例之一一、目标市场战略1.市场细分的原则和步骤……第四章 连锁营销战略与实例之二第五章 连锁管理技巧之一第六章 连锁管理技巧之二第七章 成功的连锁企业标准——绩效评估方法附录

章节摘录

（2）网络经济能够使企业进入市场的成本降低。
一个新兴企业通过连锁营销的方式可以依附在一个成功的大企业下，利用其诸多优势，以最低的成本、最小的风险进入市场。
（3）可以使企业增强竞争实力。
网络经济的发展，对企业的规范化和标准化管理有着更高的要求，连锁营销正符合这一发展趋向。
而且采用连锁方式，企业在发展网络经济过程中，可以轻易地形成集团优势，各成员之间资源共享，互相帮助，在激烈的市场竞争中立于不败之地。
中国的许多连锁企业已经看到了这一点，将充分利用这一优势，积极发展与网站的联盟，抢占市场份额和取得竞争的主动权，实现发展模式上的后发制人。
由全国22个省、市、自治区共28个城市的50多家大商场加盟的“全国网上连锁商城”已经于1999年3月登台，其目标是要建成中国最大的新型商业集团、世界知名的电子商务先锋站点。
3.中国发展连锁营销的必要性自1859年美国“大西洋及太平洋茶叶公司”创办连锁店形式以来，连锁营销已经有了100多年的历史，它已经发展成为一种相当成熟、在国际上广为采用的企业营销制度。
如今连锁营销仍然保持着较强的发展势头。
认真总结并吸取已有的先进经验，对促进我国零售商业的发展、扩大流通、提高效益是十分必要的。
（1）实行连锁营销有利于零售商业向更高层次发展，实现规模效益。
改革开放以后，我国零售商业打破了国有零售业一统天下的局面，形成了各种所有制、各种流通渠道并存的格局。
但是，为适应市场经济体制而建立的各种商业企业集团，由于其机制不合理而貌合神离，没有真正发挥出集团的整体效益、规模效益。
由于组织化程度低，单个企业无力进行适应现代化大生产的商业分工，仍集买卖功能于一身，无法摆脱零售企业经营规模化与销售分散化的矛盾，而且资源共享性差，各自为战，内耗式竞争严重，导致总体经济效益低下。
这种状况的改变，不仅需要用信息技术、网络技术等先进技术武装自已，还必须通过专业化的分工，提高劳动经营效率，减少商品流通费用，降低商品经营成本，达到增加效益的目的。
在进货环节上，连锁体系总部需要为各连锁分店统一进货。
因为，连锁商业长期大批量购货，不但能够获得稳定的供货来源，而且还会享受到较高数额的折扣，从而降低进货价格。
同时，总部对商品库存进行统一管理，使商品库存资金及保管资金得以节约；在销售方面，由于连锁企业拥有一套高效的销售体系，因而占据着大量的市场利益份额。
由于连锁企业拥有雄厚的资金，所以信用度一般都比单店经营的零售商店要高，从而有可能争取到优惠和低息贷款。
在其他一些环节上，如推销技巧、广告策划、营销战略和方针、技术创新、产品开发、先进设备的配备等，总部都要进行统一安排部署，以使连锁体系的经营管理保持在一个较高的水准上，进而使规模效益得到发挥。
利用信息、网络技术挖掘新的利润空间，也是连锁企业得以迅速发展的最重要的方面。
由于网络具有十分便捷、费用低、非常简单、能够实现广泛连接等特点，通过共享、简化虚拟的网络技术，使企业能够利用有限的资源，开发几乎无限的利润空间，可以降低经营成本，加快资金周转，提高服务水平，使企业更快适应市场的变化。
……

第一图书网, tushu007.com

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