

## <<超市营销的秘诀与实例>>

### 图书基本信息

书名：<<超市营销的秘诀与实例>>

13位ISBN编号：9787507822151

10位ISBN编号：750782215X

出版时间：2003-1-1

出版时间：中国国际广播出版社

作者：周树清

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>

## <<超市营销的秘诀与实例>>

### 内容概要

美国《财富》杂志2002年8月公布了全球富豪榜，世界最大的连锁超市——沃尔玛的四位所有者拥有资产价值720亿美元，远远超过比尔·盖茨；该超市的营业额达1732亿美元，位居500强第二。

我国最大的连锁超市——联华年营业额达100多亿人民币，国美、苏宁等大型家电连锁超市在十年左右的时间里年销售收入达四五十亿人民币，超市在商业零售中占着越来越大的比重。

由以上实例可见：超市营销，大有可为。

正是基于以上理由，我们编写了这本图书。

该书为你介绍了超市开发与开店的方法（定位技巧、商圈和选址的方法及投资计划），超市卖场的建设与布局，超市经营的三大战略和策略（如定价策略、促销策略、服务策略和攻关策略），超市组织的三种形式，超市采购和管理制度，以及超市经营绩效评估的技巧。

在有关章节，安排了大量的实例，可以帮助读者更好地理解相关内容。

## &lt;&lt;超市营销的秘诀与实例&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 21世纪商业竞争是超级市场的竞争 一、超级市场在零售业中的地位和作用 (一) 超级市场的含义和特点 (二) 超级市场的五种业态模式 (三) 超级市场：零售业态的一次革命 (四) 超级市场：我国零售业发展的首选模式 二、超级市场在世界范围内迅猛发展 (一) 美国超级市场 (二) 日本超级市场 (三) 中国台湾超级市场 三、我国超级市场发展的状况分析 (一) 我国超级市场发展的四个阶段 (二) 超级市场发展中的问题 (三) 推进超级市场发展的对策 第二章 超级市场的开发与开店 一、超级市场的产业定位 二、超级市场的商圈分析 (一) 商圈的概念和种类 (二) 影响商圈形成的因素 (三) 超级市场商圈的特点 (四) 超级市场商圈的确定方法 二、超级市场的选址 (一) 超级市场选址的主要原则 [案例] 台湾某超级市场的商圈状况 (二) 超级市场的选址调查 四、超级市场开店投资计划与效率分析 (一) 计划内容 (二) 重要指标 (三) 台湾地区几例投资计划 (四) 超级市场开店计划和操作程序 [案例] 日本7-11的开店策略 第三章 越级市场卖场建设与布局 一、卖场规划的基本原则 二、超级市场的店面设计 三、超级市场的内部设计 (一) 店内环境布局设计 (二) 店内环境装饰设计 四、超级市场商品陈列的原则和技巧 (一) 商品陈列的基本原则 (二) 商品陈列的基本方法与技巧 (三) 商品陈列中平行平面的巧用 (四) 陈列用具选择和设备配置 五、正确运用商品配置表 (一) 商品配置表的含义和作用 (二) 超级市场商品配置表的制作程序 (三) 超级市场商品配置表制作的七种技巧 (四) 配置表设计中几种特殊情况的处理 第四章 超级市场的经营战略 第五章 超级市场的经营策略 第六章 超级市场的组织建构 第七章 建立完善的超级市场采购和管理制度 第八章 超级市场的绩效评估 附录1 财政部关于企业连锁经营有关财务管理问题的暂行规定(财商字[1997]411号) 附录2 上海连锁超市规范标准 附录3 上海超市和自选商场服务规范(试行) 附录4 连锁超级市场、便利店管理通用要求

<<超市营销的秘诀与实例>>

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>