

<<店铺经营实务>>

图书基本信息

书名：<<店铺经营实务>>

13位ISBN编号：9787509524404

10位ISBN编号：7509524407

出版时间：2010-10

出版时间：中国财政经济出版社一

作者：樊福生 编

页数：177

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>

## <<店铺经营实务>>

### 内容概要

本书围绕店铺经营岗位群所涉及的理货员、收银员、防损员、选址员等各个岗位逐个展开，按岗位流程、岗位职责与技能来编排章节，采用图表展示、案例分析、实务操作等多种形式来阐述各岗位职责和技能，为学生综合职业能力培养提供行为准则和操作规范。

实践证明，通过该教材学习与操练，学生对店铺经营实务知识与操作技能学之能用，用之有效，为学校培养职业技能与实习就业上岗架起一座无缝对接的桥梁。

书籍目录

第1章 店铺的理货作业 第一节 店铺理货作业流程与主要内容 第二节 理货陈列的基础知识 第三节 商品陈列的基本要求 第四节 商品陈列技巧第2章 店铺的收银作业 第一节 收银机基本操作与条形码识别 第二节 收银作业基本流程与规范 第三节 收银作业管理与规范 第四节 收银作业常见问题处理技巧第3章 店铺安全和防损作业 第一节 防损员的职业技能与岗位职责 第二节 店铺内部损耗的预防和处理 第三节 店铺外部损耗的防范和处理 第四节 店铺的安全管理第4章 店铺商品管理作业 第一节 商品的供求结构与组合 第二节 店铺商品优化方法 第三节 畅销商品的分辨与管理 第四节 滞销商品的淘汰 第五节 商品配置表制作与调整 第六节 商品盘点第5章 店铺促销作业 第一节 店铺促销活动流程与管理 第二节 店铺价格促销 第三节 店铺非价格促销第6章 店铺的经营定位 第一节 零售店铺主要业态的定位 第二节 店铺的低成本经营定位 第三节 店铺的差异化经营定位 第四节 店铺的自有品牌经营定位 第7章 店铺的选址和卖场设计 第一节 店铺的选址 第二节 店铺的外观设计 第三节 店铺的内貌设计参考文献

## &lt;&lt;店铺经营实务&gt;&gt;

## 章节摘录

插图：2.明确促销时间。

促销时间主要有两个方面的问题：（1）促销活动的时段。

一般延续时间在1个月以上的促销活动称为长期促销活动；持续时间为3~7天的促销活动为短期促销活动。

长期性促销活动应有始有终，持之以恒，以树立稳定的良好形象；而短期性促销活动则不宜将时间拉得太长，否则会使顾客缺乏新鲜感而影响促销效果。

（2）促销活动具体时间。

不同的季节、气候、温度，顾客的行事习惯和需求都会有很大的差异，一个好的促销计划应与季节、月份、日期等相互配合。

季节。

促销活动应根据季节不同来选择促销品项。

如暖季应以清凉性商品为重点，同时要考虑季节性的色调配合。

月份。

商品销售有淡、旺季之分，如何使淡季不淡，有创意的促销点子必不可少，不能一味地依靠特价来促销。

如果不能激发消费者的需求冲动，最便宜的东西也不一定卖得出去。

日期。

一般而言，由于发薪、购买习惯等因素，月初的购买力比月底强；而节假日、双休日的购买力又比平日强，所以促销活动的实施也应与日期配合。

3.消费需求调查。

消费者的需求特征因购买力、购买习惯、购买商品类别、需求目标等方面的差异而不相同，在制订促销计划时对需求特征的考虑应注意以下三个方面：（1）顾客在购买频率及购买时间选择上往往有较强的计划性。

如购买生鲜食品，有些家庭是每天购买、有些则是周末购买；有些是早上购买、有些则是下午下班后购买。

大致有一定的规律可循。

（2）顾客在购买商品品项的选择上往往是事前无计划的，看到合适的就购买。

因而特定的促销活动对引导顾客的购买行为具有十分重要的作用。

（3）不同区域的顾客的需求特征会有很大的差异。

4.促销商品的选择。

把好商品关是做好促销活动的一个重要环节。

在促销活动开展之前，经营者必须慎重地选择，看哪些商品适合促销，哪些商品不适合促销；哪些商品促销可以提高盈利率，哪些商品促销不赚钱；哪些促销商品消费者容易接受，哪些商品消费者不容易接受，等等，这些都是经营者必须考虑的事情。

也就是说，超市在开展促销活动时，一定要科学谋划，统筹安排，选择合适的促销商品，否则，就会出现“出力不讨好”的事情。

一般来说促销商品有以下四种选择：（1）节令性商品。

（2）敏感性商品。

敏感性商品一般属必需品，市场价格变化大且消费者极易感受到价格的变化，如鸡蛋、大米等。

选择这类商品作为促销商品，在订价上不妨稍低于市面价格，就能很有效地吸引更多的顾客。

（3）众知性商品。

众知性商品一般是指品牌知名度高、替代性强的商品，如化妆品、保健品、饮料、啤酒、儿童食品等。

。门店的促销活动应与供应商广告宣传相结合，效果更佳。

（4）特殊性商品。

<<店铺经营实务>>

主要是指自有品牌商品。

<<店铺经营实务>>

编辑推荐

《店铺经营实务(第2版)》：财政部规划教材，全国中等职业学校财政教材

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>