

<<连锁店开发与设计>>

图书基本信息

书名：<<连锁店开发与设计>>

13位ISBN编号：9787542910431

10位ISBN编号：7542910434

出版时间：2002-10

出版时间：立信会计出版社

作者：曹静

页数：198

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>

## <<连锁店开发与设计>>

### 前言

零售业已成为推动我国国民经济迅速发展的重要部门，它的发展趋势反映了一个国家的总体经济走向。

连锁经营作为我国近年来零售业发展中变化最快、最具生气的经营形式，在短短的十几年时间里，跨越了西方上百年走过的发展道路，各种业态和业种的快速出现和发展极大地改变了我国零售业的面貌。

加入WTO以后，我国零售业也已全部放开，世界零售100强中，已有半数以上的企业进入我国，作为世界上发展最快且最具潜力和吸引力的市场之一，可以预期，中国市场上连锁企业的竞争将异常激烈。

连锁经营作为西方的舶来品，如何结合我国国情、为我国企业所用，是连锁经营管理理论研究和连锁企业界多年来一直在不断探索的一个重要问题。

同时，随着我国连锁企业的迅速发展，企业对于人才的需求将呈几何级数增长。

人才是企业未来竞争中的决定性因素。

因此，上海商学院在新世纪初就获教育部批准率先设立了“连锁经营管理”专业，并组织一批有丰富教学经验、长期关注连锁企业发展的骨干教师编著了一套既具有一定理论深度，又具有实践操作性的教材，得到了广大师生和连锁业界的普遍好评。

这套“连锁经营管理丛书”，在原有基础上，总结了这几年连锁企业实践操作经验，融入了连锁企业的最新发展趋势与特点，更新了许多陈旧的操作方法和知识，补充了“信息管理”等新内容，增加了更适合企业实战的经典案例和适合专业教学的内容，使丛书在体系和内容上更加完善。

这套丛书文笔流畅、思路清晰，既可作为高校学生系统学习连锁经营管理的专业教材，也适合拥有一定实践经验的企业管理者使用。

广大读者一定能够在阅读中学到知识、得到启示。

在此我很高兴地向广大读者推荐这套深入浅出、通俗易懂的教材，相信它能成为我国广大零售业从业人员、研究人员和在校学生的良师益友。

## <<连锁店开发与设计>>

### 内容概要

《连锁店开发与设计（第2版）》力图从一个全新的角度将连锁店选址方面的规律予以归纳、总结，并就连锁店的内外设计装潢提出一些可资借鉴的技巧，希望能够对专业人士及学生有所启迪。连锁经营在我国已有十几年的发展历史，目前，大多数企业都已进入规模扩张阶段。进入WTO以后，许多国外的大型超市公司陆续进入我国，使得企业之间的竞争更加激烈。对于连锁企业来说，门店的开发选址可以说是重中之重。许多企业逐渐认识到选址除了需要经验外，还具有许多共同的规律，并可进一步从量化的角度来考察。

《连锁店开发与设计》可作为高等院校，尤其是高等职业技术学院、职业技术学院的专业课教材和选修课教材，也可作为经济类、企管类专业的参考性教学读本，还可作为连锁企业管理人员培训用的参考书。

## <<连锁店开发与设计>>

### 书籍目录

第1章 连锁企业经营战略1.1 连锁企业经营战略概述1.2 连锁企业经营观念与管理系统1.3 连锁企业经营目标与方针1.4 连锁企业发展战略准备1.5 连锁企业经营战略及发展战略本章小结思考题第2章 连锁店的商圈及市场调查2.1 连锁店开店的市场调查2.2 商圈概述2.3 商圈的设定2.4 确定商圈的方法2.5 连锁店店址选择2.6 连锁店店址的确定本章小结思考题第3章 连锁店的开店策划及扩展策略3.1 连锁店的开店策划3.2 连锁企业开店的实施计划3.3 连锁企业的扩展策略本章小结思考题第4章 连锁企业形象与CIS4.1 企业形象的概念与特征4.2 塑造连锁企业形象的意义与基本原则4.3 塑造连锁企业形象的内容与过程4.4 塑造连锁企业形象应注意的问题4.5 CIS概述4.6 超级市场CIS策划本章小结思考题第5章 连锁企业的店面设计5.1 店面设计的方法5.2 店面设计类型5.3 店面外观类型5.4 超级市场招牌的设计5.5 超级市场店名设计5.6 超级市场店名字体设计5.7 超级市场店标设计5.8 超级市场橱窗设计5.9 超级市场停车场与楼梯的设计本章小结思考题第6章 连锁企业的店内环境设计6.1 店内布局设计6.2 陈列设备和用具的设计6.3 服务设施设计6.4 卖场照明设计6.5 色彩设计6.6 声音与音响设计6.7 气味设计6.8 通风设施设计6.9 地板设计本章小结思考题第7章 连锁企业设备第8章 连锁店开发与设计案例附录参考书目

## <<连锁店开发与设计>>

### 章节摘录

当然，作为连锁店的地点还是尽量选择在商店相对集中且有发展前景的地方，这对经营选购性商品的连锁店尤其如此。

另外，当店址周围的商店类型协调并存，形成相关商店群时，往往会对经营产生积极影响，如经营相互补充类商品的商店相邻而设.在方便顾客的基础上，可扩大了各自的销售。

2.5.4.4 分析地形特点选择连锁店开设地点时，应分析地理特点，要选择能见度高的地点设店，即连锁店尽量临街而设，并尽可能选在二面或三面临街的路口，增强能见度，并可多设出入口，多设临街宣传橱窗。

2.5.4.5 分析城市规划 连锁店的开设地点选择要分析城市建设的规划，既包括短期规划，又包括长期规划。

有的地点从当前分析是最佳位置，但随着城市的改造和发展将会出现新的变化而不适合设店的乘积。

<<连锁店开发与设计>>

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>