

<<连锁店经营管理>>

图书基本信息

书名：<<连锁店经营管理>>

13位ISBN编号：9787563911530

10位ISBN编号：7563911537

出版时间：2006-4

出版时间：北京工业大学出版社

作者：赵涛

页数：412

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>

<<连锁店经营管理>>

内容概要

这套《商业现代化与基础管理丛书》丛书内容丰富、完整，分别涉及了商业领域的多个业态的内容，涵盖非常全面。

该丛书将每一个业态作为一个专题进行展开，用一本书的篇幅对其进行详细的分析：首先从某一种业态的概念谈起，然后介绍它的起源、历史、发展、类型以及特征等，进而逐条讲解有关于这种业态的具体内容，接着讨论了有关各种零售店、连锁店等的规划手段、经营策略及管理方面的问题。

丛书内容不是脱离实际的空洞说教，而是重点着眼于与商店经营运作过程所密切相关的各种问题；内容相当具体全面，且均是现实运营中将要面对的问题，有着很高的实用价值。

编者在理论讲解之后往往恰到好处地插进一些生动易懂的案例，使读者对书中所介绍的内容能够有更加感性、深刻的了解。

丛书还注重吸收国外的先进研究成果，为读者介绍了不少世界著名企业的宝贵经营管理经验，同时对目前国内商业现代化的发展状况也做出了客观的评析和理性的展望，提出了一些问题的解决方案。

丛书文笔流畅、思路清晰、既适合于拥有一定实践经验的企业管理者，也可以作为高校学子了解零售业知识的入门级读物。

读者能够在轻松的阅读中学到知识、得到启示。

<<连锁店经营管理>>

书籍目录

第1篇 概 论 篇第1章连锁经营原理第一节 连锁经营的概念及特征第二节 连锁经营的分类第三节 连锁店的定位及其经营的基本原则第2章连锁经营溯源第一节 连锁经营的起源第二节 连锁经营在世界各地的发展和现状第三节 美日两国连锁商业发展道路对比及启示第四节 连锁经营未来发展的总趋势第3章连锁经营的优势和风险第一节 连锁经营的制度优势第二节 连锁经营的效益优势第三节 连锁经营的发展优势第四节 连锁经营中存在的风险及规避第2篇 连锁加盟篇第4章如何选择合适的连锁系统第一节 考察经营者的自身素质第二节 搜集连锁业态的信息第三节 建立连锁系统评估体系第四节 评估连锁系统的具体步骤第五节 有效运用连锁系统评估表第5章连锁系统的加盟条件与加盟程序第一节 特许加盟条件与审核程序第二节 自愿加盟条件与审核程序第三节 进入连锁加盟系统五部曲第6章招募合格的加盟店主第一节 合格加盟店主的基本条件第二节 招募加盟店主的方法第三节 加盟店主招募程序第7章连锁经营系统内部利益分配及开发第一节 连锁店的利益项目与来源第二节 连锁总部的利益项目与来源第三节 合理分配利益的主要原则第四节 开发更具潜力的利益项目第8章引进国外连锁经营的Know-how第一节 如何争取国外连锁经营的授权第二节 与国外连锁经营的合作方式第三节 引进连锁经营技术的关键要素第四节 建立合理评估模式第9章连锁体系跨国经营的探讨第一节 受转移国市场环境分析第二节 合作伙伴资格评估第三节 连锁企业跨国经营的成败分析第3篇经营策略篇第10章连锁企业的经营战略、发展战略和竞争战略第一节 连锁企业的经营战略第二节 连锁企业的发展战略第三节 连锁企业的竞争战略第11章连锁企业的形象战略第一节 CI对连锁商店的重要性第二节 CI的观念与内涵第三节 CI在连锁店的应用范围第四节 连锁店CI的展现技巧第12章连锁企业的开店策略第一节 店面开发与行销的市场组合第二节 市场评估策略与作业流程第三节 开发策略与协商技巧第四节 建立完整的开发评估报告第五节 开店策略与开店流程第六节 店铺布局与设计第13章连锁企业的定价策略第一节 总部与分店在定价中的角色分配第二节 商品的分类与构成分析第三节 定价决策程序第四节 商品定价的技巧第五节 利润目标模型的建立第六节 连锁总部的价格管理方法第14章连锁企业的营销策略第一节 名牌战略与连锁经营第二节 促销策略第三节 广告促销第四节 公共关系的妙用第15章如何测量连锁经营的规模第一节 连锁规模的经济利益第二节 测量“经济规模”与“经济不规模”的方法第三节 如何避免规模不经济第4篇 连锁企业管理篇第16章连锁企业的财务管理第一节 连锁企业财务管理的特点第二节 连锁企业财务管理的主要内容第三节 连锁企业财务经营分析第17章连锁企业的内部管理第一节 连锁总部的组织和功能概述第二节 连锁分店人员的职责与规范第三节 建立完整的信息系统第四节 连锁企业的文化建设第五节 连锁店管理办法第18章连锁店的人力资源开发第一节 人力资源发展策略第二节 职位规划与管理第三节 人力开发计划第四节 薪酬制度第五节 绩效管理第六节 人员生产力绩效衡量指标第七节 连锁企业的人才培训第19章连锁店的商品管理第一节 商品定位与组合第二节 采购组织与流程第三节 新商品开发与滞销品淘汰第四节 供货厂商管理第五节 自有品牌商品开发第20章连锁店的物流配送与管理第一节 连锁系统的物流策略第二节 物流配送的原则与方式第三节 订货进货作业管理第四节 物流费用负担原则第21章总部组织与职能分析第一节 总部组织的意义与角色第二节 连锁企业总部应具备的功能第三节 组织扩张原则与形态第22章连锁店经营绩效评估与奖励第一节 连锁店绩效评估方法与关键第二节 连锁店奖励原则第三节 常用的奖励办法规定第四节 店铺自我诊断评估方法

<<连锁店经营管理>>

编辑推荐

本书是商业现代化与基础管理丛书中的一本，该丛书文笔流畅、思路清晰，既适合拥有一定实践经验的企业管理者，也可以作为高校学子了解商业现代化知识的入门级读物。丛书内容不是脱离实际的空洞说教，而是重点着眼于与企业经营运作过程密切相关的各种问题；内容相当具体全面，且均是现实运作中将要面对的问题，有着很高的实用价值。同时注重吸收国外的先进研究成果，为读者介绍不少世界著名企业的宝贵经营管理经验，同时对目前国内商业现代化的发展状况也做出了客观的评析和理性的展望，提出了一些问题的解决方案。

<<连锁店经营管理>>

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>