

<<店铺货品管理必备手册>>

图书基本信息

书名：<<店铺货品管理必备手册>>

13位ISBN编号：9787563934140

10位ISBN编号：7563934146

出版时间：2013-3

出版时间：中国时代经济出版社

作者：黄孟丽

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>

<<店铺货品管理必备手册>>

前言

店铺，即商店，是坐商进行贸易活动的场所。

唐朝封演《封氏闻见记》写道：“至京邑城市，多开店铺。

”可见陕西省早在1000年前，就已习用“店铺”一词。

如今，民间习惯称大者为“店”，小者为“铺”。

另外，旅舍也叫“店”，旧时称住旅舍为“住店”。

店铺的营业场所，叫“店面”、“铺面”。

开店做生意，特别是对于中小店铺经营者来说，决定生意好坏的关键，往往是商品或货物，即进了什么样的货，以及如何把货品铺展陈列出来、销售出去。

店铺商品的进货、铺货、售货、退货是店铺经营的主要活动，直接关系到店铺的生死存亡。

在市场竞争残酷的微利时代，只有做好店铺商品进货、铺货、售货、退货的管理，才能得以生存和发展，才能战胜竞争对手。

首先，货源是非常关键的起始点。

店铺一般都有自己的固定渠道，如果说要想扩展渠道，那么找货源的时候询价的技巧是很关键的，一定要掌握沟通的火候和时间，你要让供货商听你的话。

其次，铺货对于一家店铺来说也是十分重要的，合理的陈列方式，多元化，多角度的摆设，可以让顾客对你的店印象深刻。

再次，售货是一个非常重要的环节，其中，最重要的是如何与顾客沟通，面对不同的顾客，用什么样的语句，才能让他决定购买商品，这才是正确的方法。

最后，售后是拉回头客的一个途径。

好的售后服务会让顾客对你的店赞不绝口，即使购买的商品有一点瑕疵，但是由于服务到位，顾客心情很舒畅，因而那点小瑕疵也就被忽略了。

本书从进货、铺货、售货、退货四方面介绍店铺管理，进货有章，把成本控制到最低；铺货有序，让店面更加吸引人；售货有术，加速商品流动；退货有据，让顾客满意。

本书在编写过程中参考了大量的文献资料，由于时间仓促，其中难免有不足之处，恳请读者批评指正。

<<店铺货品管理必备手册>>

内容概要

<<店铺货品管理必备手册>>

作者简介

黄孟丽，毕业于某大学经济管理学院，曾发表过多篇论文，现在某企业任执行总经理，在多年的工作实践中，积累了丰富的财务经验。

<<店铺货品管理必备手册>>

书籍目录

第一章商品管理必知的财务基础知识 财务管理的主要内容2 会计处理的程序5 预算的流程及编制方法的选择7 如何通过财务预算规避风险10 做账前的准备工作11 借贷记账法16 成本运营管理18 小知识：店铺投资理财规划21 第二章进货 确定经营范围26 制定商品目录32 配置商品结构36 明确进货流程39 采购人员应具备的素质46 采购人员的谈判技巧53 店铺进货分类操作实务55 小知识：进货时的账务处理74 第三章铺货 精通陈列的方式80 熟练陈列的技巧88 增加陈列的亮点101 熟悉商品的陈列要领103 小知识：商品的维护与保养117 第四章售货 充分的准备工作136 售货的流程139 顾客是“上帝” 156 到位的柜台接待180 为顾客建档185 小知识：商品销售的账务处理188 第五章退货 确定滞销商品的标准194 处理滞销商品的流程195 店铺退货的方式197 顾客退换货的处理201 小知识：库存商品账户的设置与登记206 附录 附录一：店铺投资看点212 附录二：投资获利的店铺235

章节摘录

版权页： 确定商品经营范围应考虑的因素 店铺具体经营什么商品，是商品规划中的关键。

商品经营范围一般是在过去采购实绩和销售实绩的基础上，根据市场预测得出的消费需求及其变化趋势的有关资料，进行综合分析后确定的。

店铺在确定商品经营范围时需考虑以下几方面的因素。

(1) 店铺的目标市场 店铺的店址和商圈确定后，其顾客来源的基本特征也就随之确定下来。

店铺目标顾客的职业构成、收入状况、消费特点、购买习惯，都将影响着店铺进货范围的选择。

处在人口密度大、城市中心的店铺，要与目标顾客的流动性强、供应范围广、消费阶层复杂相适应，因而经营品种、花色样式应比较齐全。

处在居民区附近的店铺，消费对象比较稳定，主要经营人们日常生活必需品，种类比较单纯。

处在城市郊区、工矿区、农业区或学校集中区的店铺，则由于该地区消费者的特殊性形成了其特殊的需要，店铺在确定进货范围时，要充分考虑这些地区消费者需求的共性和个性。

(2) 宏观经济环境 俗话说：“出门看天”。

选择和确定店铺的商品经营范围，主要是从店铺所处的环境和实际情况出发的。

由于当地产业的发展、经济的增长速度、相关政策的变化等，都有可能引起商品经营范围的变化，所以，店铺经营者必须因地制宜地确定商品经营范围，使自己在市场竞争中处于有利地位。

(3) 同业竞争者 邻近同行竞争对手状况，同样影响着店铺商品经营范围的确定。

在同一地段内，相同业态店铺之间，经营特点不宜完全一致，应有所差别。

其差别主要体现在店铺主营商品的种类上。

俗话说：“追二兔不如追一兔”，特点多反而显不出特点来，每家店铺为突出自己的特色，都会选择一个最适合自己的主营产品大类。

因此，店铺只有弄清楚周围竞争对手的经营对策，商品齐全程度及价格和服务等状况，才能更好地确定自己的商品经营范围。

(4) 商品的相关性 有许多商品的销售是相关的。

例如，小食品可以带动儿童文具的销售。

根据商品消费连带性的要求，把不同种类，但在消费上有互动性，或在购买习惯上有连带性的商品，一起纳入经营范围，将有利于扩大销售。

因此，在确定商品经营范围时，在确定了基本的主力商品类别之后，还要考虑辅助商品和连带商品的范围，这就要充分分析商品的相关性。

既不能只经营某种高利润的商品，也不能“大而全”而影响了特色。

良好的搭配可以相得益彰，互相促进销售。

由于不同地区消费者的心理千差万别，对商品相关性分析还没有成熟的理论，因此只有通过信息管理系统，对顾客购买信息进行分析，看哪几种商品被同时购买的概率，以提供一些量化的参数。

(5) 商品的生命周期 任何商品都有其生命周期，即从进入市场到退出市场所经历的导入期、成长期、成熟期和衰退期四个阶段。

在信息时代，科技日新月异，商品的生命周期不断缩短，新产品不断涌现，旧产品不断被淘汰。

店铺经营必须跟上这种不断变化着的时代步伐，随时注意调整自己的经营范围。

一方面，店铺必须跟上这种商品在市场流通中所处的生命周期阶段，一旦该商品达到衰退期，则立即加以淘汰；另一方面，随时掌握新商品的动向，对于有可能成为畅销商品的新商品，在上市前就列入店铺进货计划之中。

<<店铺货品管理必备手册>>

编辑推荐

《店铺货品管理必备手册》在市场经济的大潮中应运而生。作者根据店铺管理所涉及的进货、铺货、售货、退货四个环节十分清楚地进行了讲解。向读者介绍了投资店铺面临的各种问题以及解决的方法。通过阅读，读者可以学习到店铺管理知识，即进货有章，把成本降到最低；铺货有序，让店面更加吸引人；售货有术，加速商品流动；退货有据，让顾客满意。有值得一提的是，在第一章向读者介绍了商品管理必知的财务基础知识，讲解了财务管理的主要内容、会计处理程序以及成本运营管理，等等。在每一章的最后，都有非常实用的“小知识”，其中包括店铺投资理财规划、账务处理的方法、商品的维护与保养，等等。这是一本可读性、实用性都很强的书，对准备开店或正在开店的读者有切实的指导意义。

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>