第一图书网, tushu007.com

<<做最棒的门店>>

图书基本信息

书名：<<做最棒的门店>>

13位ISBN编号：9787802345089

10位ISBN编号：7802345081

出版时间：2010-1

出版时间：中国发展出版社

作者：余杰奇

页数：231

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

第一图书网, tushu007.com

前言

中国零售业发展至今日，已成为一个相对成熟的行业，并以惊人的速度发展和壮大起来。

随着信息产业的快速发展和普及，零售资讯的交流变得越来越容易，消费者可以轻易地找到任何感兴趣的信息，网络的普及也打破了地域的界限，仿佛一夜之间，全球已经一体化了。

信息量的增加，使人们的眼界更加开阔。

无论是商界的经营者还是普通的消费者，其行为都在日趋专业化、理性化，这无疑给零售业的从业人员带来了更大的挑战和压力。

如今，“零售为王，渠道制胜”的时代来到。

面对这些变化，中国零售业的发展方向在哪里？

发展的道路在哪里？

在市场逐步细分的状况下，零售经营如何有效提高运作能力？

在竞争逐渐白热化的市场环境中，零售业又应该从哪里找到业绩提升突破口？

作为零售终端，要想在竞争激烈的市场中立于不败之地，在经营中，整合店铺中“人”的因素和“店”的因素至关重要。

本套丛书就是基于目前零售行业现状，分析了中国零售消费市场的实际状况，结合了广州守正众多零售业顾问的多年智慧结晶，提出“决胜终端，零售为王”的观念，围绕店铺管理本身和卖场中的人两个面展开。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

企业的发展靠营销，营销的关键在门店。
那么，在竞争激烈的今天，应该如何做一个最棒的门店？
本书从门店选址、门店形象与布局、门店货品管理、门店人员管理、门店业绩管理、门店顾客管理、门店促销管理、门店商圈推广与竞品调查8个关键点，对门店的经营管理提出了建设性的意见，详述了门店管理技巧的方方面面。
是专门为门店经营者精心准备的门店日常运营与管理的实用手册。

作者简介

余杰奇，著名连锁经营、终端培训管理专家和咨询顾问，终端标准化体系构建咨询项目权威，广州守正企业管理咨询公司总经理，深圳市莱特妮丝服饰有限公司总顾问和商学院名誉院长。

余先生历任大型化妆品连锁机构全国培训总监、港资大型零售企业市场总监、人力资源总监，拥有丰富市场营销实战经验，为苏宁电器、潮宏基珠宝、广东大视野布艺、上海罗莱家纺、福建日香茗茶、深圳莱特妮丝服饰等国内知名连锁零售企业成功导入终端营运标准体系，为专卖店实现标准化、专业化、规范化高效运作提供了切实可行的操作模板。

余先生在全国各地举办的各类专题培训近1000场，包括诺基亚、资生堂、普利司通轮胎、兰蔻、中国电信、建设银行、广发银行、工商银行、广发证券、海南航空、铁通电讯、苏宁电器等。

书籍目录

第一关键“ 址 ”在必得——门店选址 有好址才有好店 门店大选址与小选址的策略 如何选个好店址 不同门店的选址策略 商圈分析与评估 费用评估第二关键 门店形象与布局 门店形象——吸引顾客进店的关键 商品形象——提升顾客信赖度的关键 服务形象——留住顾客的关键 布局设计——聚集门店人气的关键第三关键 门店货品管理 货品管理流程 有效的货品分配管理 货品采购策略 采用合理的库存提升业绩 如何管理货品库存 库存数据分析与管理第四关键 门店人员管理 门店选人的依据 招聘优秀的员工 做好人员配备 做好员工培训第五关键 门店业绩管理 全面认识业绩管理 设计业绩管理体系 常见的业绩考核方法 业绩目标管理第六关键 门店顾客管理 满意经营的内涵 满意经营的策略 制定成功的服务战略 满意经营的员工素质要求 满意经营的要点第七关键 门店促销管理 促销的基本手法 促销的一般流程 促销成本控制 做好场外促销第八关键 知己知彼，百战不殆——商圈推广与竞品调查 门店商圈的概念 有效商圈的界定 门店商圈分析 商圈的推广 竞品调查的内容与获取方法 竞品分析的方法

章节摘录

如果你是一个有心人，肯定会发现肯德基与麦当劳大多数都设在超市的旁边，所以，如果你到了大型超市附近，一般情况下都可以看见旁边有这两家世界著名的快餐店。
如果你来到了北京，住在一个大型的社区里，你也很容易找到京客隆这样的超市，里面全是家庭日常用品。
房地产界有一句话叫“地段，地段，还是地段”。
这就是店面选址的艺术，也是店面地址的优势。
而作为服务于大众消费者的零售企业，它的经营程度极大地依赖其店址选择得正确与否。
所以，零售业被称为“靠选址决定命运的产业”。
1.门店选址的重要性　　古人云“天时、地利、人和”，这是成功的三要素。
就门店来说，地利又是最主要的。
那么，一个好的门店地址有哪些优势呢？
（1）好的店址可以带来大量的客流　　客流量主要是看平时、假日来往人次和比例。
人流量是很多连锁店的很重要的一个开店评估指标，苏州老妈米线、上海吉祥馄饨等都把这个指标看得很重。
人流量是门店选址最重要的指标之一。
测试人流量有四个方面：一要选不同的地方，二要看时间段，三要看人流数量，四要测双向人流。
有一个小故事反映了人流量的重要性。
上海南京东路步行街西端有一个欧式建筑的百货商店，那就是开了上百年的永安百货。
相传当年永安百货的创始人郭氏兄弟在建造这座大厦时，为了选一个好地址费尽了心思，当他们选好一个地址后又发了愁，是在路南边建楼还是路北边建楼呢？
南京路上的人熙熙攘攘，看不出哪边人最多，似乎哪边都差不多。

编辑推荐

门店如何提升销售力、战斗力，在残酷的竞争中所向无敌？
如何运用顶尖的销售战略和方法，达成并超越预定目标？
如何打造“业绩为王”的狼性业务团队，让门店做大做强？
《做最棒的门店：提升门店业绩和盈利率的8个关键》将揭密提升终端业绩的8个关键，为您提供可借鉴的门店操作模式　　这些规则看似通俗，但却是保证门店基业长青的必备法宝！
目前，各行各业的竞争都已进入到白热化的阶段，并最终体现在零售终端市场的竞争上。为更好地传播零售行业的经营管理知识，为广大零售从业人员服务，我社推出了“零售商学院”系列品牌图书。
本系列品牌图书贯彻“专业图书，提升零售业核心竞争力”的出版理念，专注于中国零售业态的经营和管理，将零售业咨询与培训服务的知识成果转化成书籍，并以此打造中国零售行业必选的培训教材。

第一图书网, tushu007.com

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