

<<成功零售店>>

图书基本信息

书名：<<成功零售店>>

13位ISBN编号：9787807057871

10位ISBN编号：7807057874

出版时间：2008-7

出版时间：成都时代出版社

作者：周志轩

页数：185

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>

<<成功零售店>>

前言

做好商业的基础——零售店作为商业基础的零售行业，一直以来都是商业业态最最为悠久和最为普遍的业态，这个业态的生命力和发展空间也是最为巨大的，下至小摊小店，上至世界五百强企业中的大型连锁百货公司及超级市场，均属此业态；经过数千年的发展后，零售行业仍然保持着旺盛的生机。随着行业的不断发展和竞争的加剧，零售业态已成为竞争最激烈，最需要提高经营管理水平的一个行业，任何从业者都清楚，零售行为由无数的细节构成，任何一个环节管理不到位，都会严重影响企业竞争力，要打造优秀零售企业，只有持续提高管理水平！

本书主要面向一般中小零售店铺的从业人员和管理者，以及希望从事零售业的士以现代整合营销理念为基础，对商圈选择、店铺设计、商品辨识与陈列管理、以及零售店日常管理等方面，进行系统全面的了解。

全书以浅显易懂的文字并配合幽默有趣的手绘漫画插图，使大量实用的系统理论变得简洁生动，更易于现代人接受，实用性极强；对于任何想提高自己的零售店经营水平和竞争能力的店主及从业人士来说，这都是一本不可多得的零售店实用管理手册。

<<成功零售店>>

内容概要

零售是商品流通的最终环节，以个人消费者或最终消费者为对象进行商品销售或服务的零售店，是现代商业最普遍的标准商业形式。

随着现代商业的迅猛发展，零售商家也面临更为激烈的竞争，零售商店的经营、管理方式与方法就变得更为重要。

本书介绍零售店管理与经营实务的普及性著作，系统介绍了一整套简单易学的管理技巧，包括零售店“商圈分析”与选址、零售店铺的设计实务、零售店商品辨识与管理、零售店的日常经营与管理、零售连锁店的经营注意事项等等，是一本不可多得的零售店实务型必用手册。

本书语言浅显易懂，案例丰富实用，配合幽默生动的漫画插图，使阅读、学习更为轻松，可以有效帮助读者快速学习知识，提高经营技能，适用于所有零售业管理者与从业员工！

本书介绍零售店管理与经营实务的普及性著作，系统介绍了一整套简单易学的管理技巧，包括零售店“商圈分析”与选址、零售店铺的设计实务、零售店商品辨识与管理、零售店的日常经营与管理、零售连锁店的经营注意事项等等，是一本不可多得的零售店实务型必用手册。

<<成功零售店>>

作者简介

周志轩，经济学博士，中国咨询式培训第一人，国际职业培训师协会理事，麦肯锡咨询公司（Mickinsey）、科特勒营销集团（KMG）长期合作伙伴，为超过800家企业进行过咨询式培训，亲自为三十五家国内知名大型企业主持战略规划、人力资源、市场营销等咨询项目，十二家大型上市企业的常年管理顾问，清华大学、中山大学、深圳大学、北京工商大学客座教授。

历任中国平安集团公司战略发展中心项目总监，负责集团综合开拓、销售体制改革、人力资源改革等；集团市场部总监，负责公司整体业务的组织与推动、员工队伍的培养与训练。是不可多得的具备丰富实战经验的管理大师。

<<成功零售店>>

书籍目录

第1章 走近零售,了解零售 一、什么是零售 二、零售业的分类 三、零售业的发展前景和趋势第2章 零售店“商圈”分析与选址 一、进行详尽的市场调查 二、零售商圈分析与评估 三、零售商圈的测定 四、零售区域位置的选择第3章 零售店铺的设计实务 一、让“金字招牌”魅力四射 二、店门面、橱窗、布局设计 三、要营造良好的“卖场氛围” 四、关于零售店出入口的设计第4章 零售店商品辨识与管理 一、商品质量的辨识与处理 二、科学地分类和陈列商品 三、畅、滞销商品的辨识管理第5章 零售店的日常经营 一、日常经营流程细则 二、零售店的经营程序 三、零售的策略和实务 四、如何进行商品促销 五、确定客户服务目标第6章 零售店的日常管理 一、人员管理和人事安排 二、零售店成员必备素质 三、进行专业系统化培训 四、财务控制有利于决策 五、进行商品效益的评估第7章 连锁店的注意事项 一、了解连锁业态,为加盟做准备 二、加盟连锁店的条件和组织架构 三、审核特许合同的内容 四、加盟风险和解决方案 五、对加盟总部的评估项目表第8章 零售商业常用图表

<<成功零售店>>

章节摘录

走进零售，了解零售一、什么是零售零售是商品流通的最终环节，是指面向个人消费者或最终消费者进行的销售活动或服务。

零售商业是以个人消费者或最终消费者为对象进行商品销售或服务的一种商业形式。

零售商业是生产者与消费者或批发商（企业）与消费者之间的中间环节。

与其他产业相比，零售商业具有以下特点：交易次数频繁，交易批量小；对店铺选址及店铺设计有较高依赖度（网络零售商店不在此列）；经营场所分散，经营受“商圈”的限制等。

零售活动是现代市场经济条件下最普遍的现象之一。

迄今为止，关于什么是零售（retailing），可谓众说纷纭。

美国迈克尔利维和巴顿韦茨在他们合著的《零售管理》一书中认为：“零售是一系列的商业活动，它通过向消费者出售供个人及家庭使用的产品和服务来创造价值。

”通常，人们认为零售只是在商店里出售商品。

事实上，零售也包括提供服务，如汽车旅馆提供的住宿，医生进行的体检、理发，录像带的出租或比萨饼的外卖等。

零售活动也不全是在商店中进行的，非店面零售的例子如CD - NOW公司在网上出售CD唱片、玫琳凯直销售化妆品、比恩和巴塔哥尼亚公司提供的目录销售等。

营销大师菲利普科特勒认为：“所谓零售是指将货物和服务直接出售给最终消费者的所有活动，这些最终消费者为了个人生活消费而不是为了商业用途消费。

任何从事这种销售的组织，无论是生产者、批发者和零售商，都是在开展零售业务。

”张传忠在《分销渠道管理》中认为：“所谓零售是将产品和服务出售给消费者，满足其个人和家庭需要，增加产品和服务价值的一种商业活动。

”肖怡在《零售学》中将零售定义为：“向最终消费者个人或社会集团出售生活消费品或非生产性消费品及相关服务，以供其最终消费之用的全部活动。

”总之，对于零售业，我们可以从种种角度去分析考察，也会得出种种不同的结论，所谓“横看成岭侧成峰”，没有必要也不可能最佳定义或答案，只要适合我们的研究或商业实践就好。

以下是我们挑选出来的关于零售的25种说法，多数不是严格的定义，但绝对富有启发性。

零售是变化。

零售业时刻都在变化，变化是绝对的，不变是相对的。

零售业随着经济的发展而发展，相应的调整也要“与时俱进”。

只有在变化中，零售业才能发展，否则只能被市场竞争的巨浪掀翻。

零售是方便。

零售应该最大限度地为消费者提供方便。

这种方便要体现在商场的各个角落、各个细节之中，从代客礼品包装、免费寄存到提供婴儿手推车、物品寄存处，商家在不知不觉间随着时代进步。

零售是服务。

零售是为消费者提供全方位服务。

从某种意义上讲，零售就是服务，服务创造价值，服务工作管理到位能使企业形象提升、无形资产增值。

“顾客是我们的衣食父母”、“顾客满意是我们永久的追求”、“顾客永远是对的”，这些服务理念是通过实践提炼出的精华。

只有视顾客为上帝，顾客才会将商场视为自己的家。

有了家的感觉，双方才会在“双赢”的思维中各自获益。

零售是管理。

管理是企业永恒不变的主题。

想把企业做得好、做得活，使企业得以长足发展，就得千方百计地提高企业效率。

零售业的管理更是要创出特色模式，只有提高科学管理水平，才能进一步提升企业的核心竞争能力。

<<成功零售店>>

<<成功零售店>>

编辑推荐

《成功零售店:优秀零售店经营实务手册》语言浅显易懂，案例丰富实用，配合幽默生动的漫画插图，使阅读、学习更为轻松，可以有效帮助读者快速学习知识，提高经营技能，适用于所有零售业管理者与从业员工！

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>