

<<连锁店铺开发与设计>>

图书基本信息

书名：<<连锁店铺开发与设计>>

13位ISBN编号：9787121076435

10位ISBN编号：7121076438

出版时间：2009-1

出版时间：电子工业

作者：李卫华

页数：264

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>

<<连锁店铺开发与设计>>

前言

连锁经营作为一种现代流通业的新的企业组织形式和经营方式，近几年来，在全世界都得到了快速的发展。

中国也不例外。

2001 - 2005年，是中国连锁业发展最快的几年，在这几年间，中国百强连锁企业的平均年店铺增长率达51%，年销售增长率达38%。

2007年连锁行业调查显示，连锁经营继续保持快速发展的势头，2007年“中国连锁百强”销售规模突破1万亿元人民币，达到10022亿元，同比增长21%，高于社会消费品零售总额16.8%的增幅。

门店总数达到105191个，同比增长58%。

随着连锁经营的快速发展，人才需求也急剧增加，尤其是对中高层管理人员、营销及策划人员、培训师的需求量更大。

目前，北京市已将高级连锁经营管理作为紧缺人才岗位培训项目，有计划地培养连锁经营人才；上海市商业职业技术学院的连锁经营管理专业的毕业生供不应求，不少第二年的毕业生已纷纷被预定；而根据浙江连锁业今后3到5年的发展目标，连锁业至少缺口30万人，为此，杭州特意举办大型的连锁经营人才交流大会，省连锁经营协会组织东西部高用工企业与高校对接，并进场招人。

人才需求的增加也促进了高等院校连锁经营管理专业的发展。

从1997年上海商学院开设全国第一个连锁经营管理专业以来，到2007年，开设连锁经营管理专业的高职院校已有百余所，对连锁经营业的快速发展起到很大的促进和人才保障作用。

然而，连锁经营管理专业是在近几年内高校根据人才需求设立的新专业，在课程体系、内容建设、授课形式、与实际工作岗位的对接上，都还有待进一步提高。

学生在校所学的知识和技能，与毕业后实际所从事的工作岗位所需技能，还存在着一定的差距。

这一方面反映了教学与实践的结合度还不高；另一方面，反映了教材建设上存在着不足，大多教材还是以理论指导为主，对岗位技能的训练重视不够；而且，教学中普遍缺乏对学生的职业指导。

比如，尽管连锁经营人才缺乏，尤其缺乏中高级管理人才，但学生刚毕业时，还不能直接走上管理岗位，而要从基层工作做起，很多学生常常接受不了自己受过高等教育仍然从基层岗位做起的现实，而失去了锻炼和提高的机会。

事实上，学生们如果沉下心来做两三年，未来的发展将会有有一个很大的提升。

<<连锁店铺开发与设计>>

内容概要

本书试图站在购物者行为分析的高度，结合作者多年来的实战经验，主要阐述店铺开发的两个核心问题：选址开发与规划设计。

本书坚持“实践第一、能力为主”的原则，以“工作过程”为导向精心设计了10个方面的内容，包括店铺开发策略与流程、商圈分析、店铺选址……卖场氛围塑造。

店铺开发推广策略。

本书案例丰富，配有实训项目，每章还有职业指导，使读者能够更好地理解知识、更好地将知识与岗位匹配起来。

<<连锁店开发与设计>>

书籍目录

第1章 店铺开发策略与流程	1.1 店铺开发策略的选择	1.2 店铺开发流程与执行要点	复习思考题
商圈分析	2.1 商圈概述	2.2 商圈调查方法	第2章
析的要点	2.4 商圈评估的方法	复习思考题	2.3 商圈分
	实训项目	第3章 店铺选址	案例分析
3.2 店铺位置类型分析	3.3 店铺位置具体因素分析	3.4 店址评估汇总	
复习思考题	案例分析	实训项目	第4
章 店铺投资计划评估	4.1 店铺投资开发可行性研究	4.2 店铺销售额预测	
4.3 店铺投资构成分析	4.4 店铺投资经济评价	复习思考题	
案例分析	实训项目	第5章 市场细分与经	
营定位	5.1 市场定位的程序与作用	5.2 市场细分的依据和条件	5.3 店铺经营
定位	复习思考题	案例分析	实训项目
	第6章 店铺外部设计	6.1 店铺外立面的设计	6.2
停车场设计	6.3 店铺出入口的设计	复习思考题	案
例分析	实训项目	第7章 卖场规划	第8章 货位布局与动线调研
章 店铺开发推广策略	参考文献	第10	

<<连锁店铺开发与设计>>

章节摘录

第1章 店铺开发策略与流程 职业指导 店铺开发人员在进进行店铺规划时，必须从战略高度考虑，这也是部分连锁企业把开发部门叫做战略规划部的原因之一。

大多数员工在商店营运部门或商品管理部门开始其连锁行业的职业生涯，这种专业化分工造成了他们对其他部门了解较少，不利于企业运作的全盘把握，而对企业运作进行全盘把握恰是开发人员的基本要求。

所以开发部门的人选往往要求在连锁企业的大多数关键部门都工作过，此处的筹备计划就是为了锻炼学生对连锁企业运作的整体把握能力。

当初创业时，各店的发展速度都差不多，但为什么到了最后只有少数几家能拥有目前的规模呢？答案并不是其他的连锁店不努力，或经营手段有误，而在于只有少数的经营者持有长期战略构想并能努力付诸实践，所以开店之前要做好科学的战略规划。

同时，为实现连锁经营的目标，我们需要在协调开发策略与长期战略规划的基础上设计出一连串行动——连锁店铺开发流程，其中包含开店组织、日程安排、人员工作分派、进度控制等基本实务。

1.1 店铺开发策略的选择 单纯开一个店铺，策略较为简单，只要有明确的经营理念与特色，慎选一个好的地理位置，便容易成功。

而连锁店的开店策略就复杂多了，除了要考虑每个分店是否能独立生存，还要考虑扩张速度、发展路径、连锁方式、功能定位以及竞争战略等多种因素，要像下棋布局一样，避免“一招错，全盘输”。

1.1.1 连锁扩张速度的选择 连锁业是一个进入与退出壁垒相对较低的行业，这是因为店铺相互之间容易模仿。

如果一种经营模式等到完全成熟，连锁商才考虑扩张，那么也许会因为等得太久而被他人抢先，从而失去竞争优势。

而且连锁业也是一种规模出效益的行业，这些都决定了连锁商会尽力拓展自己的事业，加快开店步伐。

然而没有基础的盲目扩张有时会适得其反，出现欲速则不达，甚至不堪设想的后果，中国的亚细亚、日本八百伴的失败就印证了这一点，类似的例子还有很多。

所以，以何种速度进行扩张，需要连锁商在扩张之初就列入发展战略规划中。

一般来说，扩张速度取决于三方面：管理基础、资源条件和市场机会。

<<连锁店铺开发与设计>>

编辑推荐

本套教材主要特点： 本着工学结合的原则，在编委会组成、作者选择上采用教师与实务界专业人士合作编写的模式。

在中国连锁经营协会的指导下，确保内容更切合行业实际发展，更具实务性。

参编院校实力强大，哈尔滨职业技术学院、浙江经贸职业技术学院等院校的连锁经营管理专业为省级教学改革试点专业或省级重点建设专业。

注重实践与实训，每本书都配有实训内容。

基于岗位职业能力，每本书配有职业指导，为学生提供职业信息，以及职业素质培养、职业规划方向等指导。

配有教学资料包，包括教学PPT，复习题、案例题、实训题及答案要点，以及相关阅读资料，教师可从网上下载。

<<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>