

<<连锁企业门店营运与管理>>

图书基本信息

书名：<<连锁企业门店营运与管理>>

13位ISBN编号：9787301152904

10位ISBN编号：7301152906

出版时间：2009-11

出版时间：北京大学出版社

作者：崔太康，张秀广 主编

页数：278

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>

## <<连锁企业门店营运与管理>>

### 前言

目前,从我国乃至全球范围内来看,连锁经营已成为现代商业流通领域中最具活力的经营方式。连锁经营几乎渗透了整个零售业、餐饮业以及其他的服务业。

连锁经营的发展对我国生产、流通、消费以及整个国民经济的发展都产生了巨大的推动作用。

连锁企业门店的营运与管理是连锁企业管理的中心环节。

连锁企业的规模效益取决于每个门店的经营业绩,每个连锁企业门店的经营状况直接关系到连锁企业经营战略目标的实现,因此,必须加强和提高连锁门店的经营管理水平。

本书在全面阐述连锁企业门店营运与管理的基本理论和基本方法的同时,采用了大量来自门店管理一线人员的管理经验和一些经典案例,以便于学生和从业人员理解掌握。

为提高广大学生和读者的分析问题、解决问题的能力,本书每章配有复习思考题、实训项目、案例分析等。

本书共分十二章,崔太康编写第一章;李贵茜编写第二章、第三章;张秀广编写第四章、第八章;赵宏编写第五章、第六章、第七章;崔师睿编写第十一章;徐伟编写第九章、第十章;谢萍编写第十二章。

主编崔太康、张秀广对本书进行了统编和定稿。

由于时间仓促,加之编者水平有限,教材中错误和不足之处在所难免,希望广大读者提出宝贵意见,以便日后修订。

教材在编写过程中参考了国内外专家、学者有关的著作和研究成果、资料等,并得到山东商业职业技术学院部分教授、专家的支持,在此一并致谢。

## <<连锁企业门店营运与管理>>

### 内容概要

本书全面系统地阐述了连锁企业门店营运与管理的基本理论和基本方法。

内容包括连锁企业门店选址、门店卖场的设计布局、门店商品管理、门店人力资源管理、门店店长作业化管理、理货员营业员作业管理、收银作业管理、服务质量管理、促销管理、防损与安全管理以及门店经营绩效评价分析。

本书逻辑体系完整，观点新颖，内容丰富，具有较强的实用性和可操作性，可作为高等职业院校连锁经营管理专业以及工商管理、市场营销、电子商务等相关专业的教材，也可作为商业流通领域内从业人员的培训教材或自学用书。

## <<连锁企业门店营运与管理>>

### 书籍目录

第一章 连锁企业门店营运与管理 第一节 连锁经营的本质特征 一、连锁经营的概念 二、连锁经营企业的本质特征 三、连锁经营的优势 第二节 连锁经营的基本类型 一、直营连锁 二、特许连锁 三、自由连锁 第三节 连锁企业门店的功能和类型 一、连锁企业门店的功能 二、连锁企业门店的类型 三、不同零售业态连锁门店的特点比较 第四节 连锁企业门店营运与管理的基本内容 一、连锁企业门店营运与管理的意义 二、连锁企业门店营运与管理的主要内容 三、连锁企业门店主要业务控制 小结第二章 连锁企业门店选址 第一节 商圈理论概述 一、商圈概述 二、商圈调查 三、商圈内竞争店调查分析 四、商圈的确定 第二节 连锁经营门店选址 一、连锁企业门店选址的社会经济条件 二、连锁企业门店选址的区域定位 三、不同业态类型的连锁企业门店选址标准 小结第三章 连锁企业门店的设计与布局 第一节 连锁企业门店设计布局的作用与原则 一、门店卖场设计与布局的作用 二、门店卖场设计与布局的基本原则 第二节 连锁企业门店的外部设计与布局 一、门店卖场的店面处理 二、门店卖场的出入口设计 三、门店卖场的招牌设计 四、门店卖场的橱窗设计 第三节 连锁企业门店的内部设计与布局 一、门店卖场的地面设计 二、门店卖场的通道设计 三、门店卖场的气氛营造 四、门店卖场的色彩渲染 五、门店卖场的照明利用 第四节 连锁企业门店卖场商品布局 一、门店卖场面积的划分与卖场商品布局原则 二、超级市场卖场商品布局方式 三、卖场商品布局中磁石理论的运用 小结第四章 连锁企业门店商品管理 第一节 连锁企业门店商品结构管理 一、门店商品结构的概念 二、门店商品结构策略 三、门店商品组合的原则 四、实现最佳商品组合的方法 第二节 连锁企业门店的商品陈列管理 一、门店商品陈列的原则 二、商品陈列对门店销售的影响 三、门店卖场商品陈列设施及相关术语 四、门店卖场商品陈列的基本方法 五、商品配置表设计与管理 第三节 商品采购与库存管理 一、商品购进管理 二、商品库存管理 .....第五章 连锁企业门店人力资源管理第六章 连锁企业门店店长作业化管理第七章 连锁企业门店理货员与营业员作业管理第八章 连锁企业门店收银作业管理第九章 连锁企业门店营业服务质量管理第十章 连锁企业门店促销活动第十一章 连锁企业门店安全与防损管理参考文献

## &lt;&lt;连锁企业门店营运与管理&gt;&gt;

## 章节摘录

二、连锁经营企业的本质特征 在流通领域，连锁经营企业与传统商业服务业经营组织相比具有以下本质特征。

(一) 企业经营规模化 连锁经营企业组织形式是由连锁经营企业总部和众多门店所构成的企业联合体，与传统的商业企业相比，连锁经营企业具有更大的规模。连锁经营企业内部许多门店相互连接在一起，如同一条长长的链锁，这些连锁经营门店运转起来，形成巨大的合力，产生巨大的规模效益。

连锁经营的规模效应具体表现在以下四个方面：一是采购规模化，因为集中统一采购，采购数量大，议价能力强，能获得低价进货的优势；二是物流规模化能降低物流成本和实现合理的库存，节约流动资金；三是市场销售规模化，连锁门店遍布一个地区或多个地区，一个国家或多个国家，具有较大的营销优势和竞争优势；四是研发培训推广规模化，实行各种管理资源和技术共享能极大地降低这些方面的费用。

(二) 经营方式的一体化 连锁经营把传统的流通企业中相互独立的各种商业职能有机地组合在一个统一的经营体系中，实现了商品采购、配送、批发、零售的一体化，从而形成了产销一体化或批零一体化的经营格局，提高了流通领域的组织化程度。

同时，由于连锁经营企业拥有大量的门店，具有大量销售的市场优势，可以引导供应商真正做到根据市场需求和商业经营者的要求组织生产，从而形成了以大商业为先导、以大工业为基础的现代经营格局。

一体化经营与专业化分工相结合，从根本上改变了传统的商品生产方式，可以说，连锁经营的发展是现代市场经济的一次飞跃。

(三) 管理方式的规范化 连锁经营企业一体化经营和专业化分工的有效性，主要取决于连锁经营企业的管理水平和经营理念。

购销职能的分离必然要求连锁企业总部强化各项管理职能。

如经营方针和经营计划的制订，人员管理及培训，商品采购、配送、加工、包装、保管、分类、促销，企业财务、保险、法律等事务的处理，以及店铺的选择、设计及装潢、商品配置与陈列等，各项职能都由连锁企业总部来承担。

为此，连锁经营企业总部必须有一套规范的做法，建立专业化职能部门、规范化管理制度和调控体系，并配备相应的专业人才。

同时，为了使庞大而又分散的连锁经营体系内部各类机构步调一致，有效地运转，还需要运用现代化的管理手段。

现代信息技术和现代物流的应用使公司总部、配送中心以及各连锁门店之间都建立起相应的管理信息系统，并将公司联成一个整体，连锁经营企业管理规范化得到极大的提升。

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>