

<<大卖场商品管理实务手册>>

图书基本信息

书名：<<大卖场商品管理实务手册>>

13位ISBN编号：9787302199052

10位ISBN编号：7302199051

出版时间：2009-7

出版时间：清华大学出版社

作者：黄静，潘文富 著

页数：196

字数：206000

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>

## <<大卖场商品管理实务手册>>

### 前言

2008年是忙碌的一年，空中飞人般的生活让我近距离接触了更多的供应商，在零供问题的研究中接触到了更真实、更贴近实际的层面。

在一次次的培训过程中，我欣喜地看到很多企业和供应商认同我的观念与操作技术，并且在企业内部对于KA管理体系的建设和操作进行了一系列的调整：在与大卖场的合作问题上树立了正确的观念，对与卖场的合作过程中出现的问题制定了针对性的解决方案，从而避免陷入抱怨对立的怪圈，少走了很多弯路，节约了交易成本，提高了收益水平。

我也看到不少供应商在缺乏与卖场打交道的技能和正确观念的情况下，就冲上去跟卖场做生意了，结果必然是茫然无助、处处碰壁和手足无措，这也是为什么那么多供应商哭着喊着说卖场难做、做卖场头痛的真实原因。

很多供应商应对与卖场合作中层出不穷的问题，只有一种思维方式——用钱搞定！

结果是钱没少花，却没有取得应有的结果，为什么呢？

钱摆平了客情关系，却不懂得用科学的管理手段打理自己的生意，把花出去的钱加倍地挣回来！

很多供应商学员问我：“我要怎么去跟采购提条件呀？”

”“合同中那么多条件，我怎么入手呀？”

”“促销要怎么操作才能取得效果呀？”

”等，这都是需要懂得卖场的专业操作技术才能解决的问题，不懂的代价就是陷入“只会花钱摆平这种问题”的简单思维圈，走很多冤枉路，花很多冤枉钱。

竞争加剧，交易成本上升，很多供应商感觉日子越来越难过了，特别是2008年，由美国“次贷危机”引发的金融危机影响了整个世界的经济领域。

人们的口袋不丰足了，消费能力下降了，导致供应商销量锐减，零售商规模缩减，更有为数不少的零售企业直接破产倒闭，世界经济形势不容乐观。

中国的消费领域受到的影响尽管没有美国那么大，但是出口受重创，外向型企业大量转向国内市场，必然会加剧内销市场的竞争，因此，原本竞争激烈的国内供应商将面对更加严峻的竞争形势。

## <<大卖场商品管理实务手册>>

### 内容概要

良性的商品是供应商在大卖场生存发展的根本，是一切利益的来源和载体。

管好了商品就有了在卖场发展壮大的希望，管不好商品则将失去发展的机会。

本书将从大卖场商品管理的有关知识、供应商如何做好新品与单品管理、如何做好陈列与库存管理、如何做好货款与费用管理及如何做好商品价格与销售管理等方面，全方位剖析供应商存在的问题并提供解决办法，帮助供应商实现高效的商品管理。

本书语言浅显易懂，实例丰富，操作性强，是供应商业务人员不可缺少的促销指导书，同时对于卖场的销售人员也有指导意义。

## <<大卖场商品管理实务手册>>

### 书籍目录

第1章 大卖场商品管理知识概述 1.1 卖场如何构建完善的商品结构 1.2 卖场如何做好商品的组合和调整 1.3 卖场如何进行商品汰换管理 1.4 采购选择品项有哪些决策依据 1.5 了解大卖场的品类管理 1.6 大卖场陈列管理 1.7 卖场如何制作商品组织表 1.8 卖场对商品的定价原则 1.9 卖场商品价格管理 1.10 大卖场小分类价格带运用分析 1.11 如何通过价格政策建立零售店价格形象 1.12 卖场如何提升商品毛利额

第2章 供应商如何做好新品与单品管理 2.1 新品上市的渠道选择 2.2 从“新品建档”看新品上市方案的制定 2.3 把握新品谈判的主动脉 2.4 如何选择适合新品的陈列方式 2.5 厂家的新品促销该如何做 2.6 卖场限制厂家进的单品数怎么办 2.7 及时有效的新品订单管理 2.8 零售商商品下架分析 2.9 把握新品的核心——新品的价格管理

第3章 供应商如何做好陈列与库存管理 3.1 不同商品的陈列原则 3.2 特殊陈列的种类和运用 3.3 如何在卖场的特殊陈列 3.4 供应商如何应对大卖场竞拍 3.5 供应商如何安排卖场堆码和陈列 3.6 新品陈列的“面子观” 3.7 正确看待出样位压缩现象 3.8 如何共同做好陈列管理 3.9 如何与大卖场联合做好库存管理

第4章 供应商如何做好货款与费用管理 4.1 卖场费用的种类 4.2 卖场费用产生的原因 4.3 大卖场盈利模式分析 4.4 如何做好卖场费用的转换 4.5 如何控管KA卖场的资金运转 4.6 学会算账,主动出击 4.7 如何管理卖场的费用投入 4.8 如何控制促销费用的开支 4.9 账期——是个什么“陷阱” 4.10 被卖场多收了费用怎么办

第5章 如何做好商品价格与销售管理 5.1 如何防范大卖场对供应商的价格破坏 5.2 如何防范大卖场特价促销的危害 5.3 如何应对大卖场的异常退货 5.4 如何防止大卖场的窜货……

## <<大卖场商品管理实务手册>>

### 章节摘录

第1章 大卖场商品管理知识概述作为供应商，要想取得骄人的卖场业绩，就离不开高效的卖场管理手段。

从产品的进场、产品陈列、促销人员的管理到形式多样的终端促销，其间的每一个环节无不凝聚着供应商的心血和管理智慧。

然而，对于大多数的中小型供应商而言，由于自身并不具备先进的业务管理水平，与大卖场的合作尚处于“摸着石头过河”的阶段。

因此，要想实现卖场事务的高效管理，就得学会向大卖场“借力”，通过学习卖场先进的商品管理方法来提升自己的卖场货品管理能力。

下面我们将带领供应商去逐一打探卖场在商品管理上的若干方法和操作手段，从卖场内部对商品的管理原则和管理方法中研究如何处理自己在卖场里的业务管理，提高业务管理的能效和水平。

<<大卖场商品管理实务手册>>

编辑推荐

《大卖场促销实务手册》由清华大学出版社出版。

<<大卖场商品管理实务手册>>

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>