

<<现代零售战略与管理>>

图书基本信息

书名：<<现代零售战略与管理>>

13位ISBN编号：9787504725998

10位ISBN编号：7504725994

出版时间：2007-1

出版时间：中国物资

作者：荆林波

页数：314

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>

<<现代零售战略与管理>>

前言

中国商业联合会把零售业职业经理人（店长）资质认证作为一项中心任务来抓，资格认证，持证上岗，人才入库，统一交流，既体现了行业协会的基本职能，又适应当前零售业发展对人才的迫切需要。

他们组织了全国著名的零售专家和学者，编写了“现代零售概论”、“现代零售实务”、“现代零售战略与管理”和“现代零售业法律法规汇编”一套丛书，不仅作为零售业职业经理人（店长）资质认证培训的教材，也成为所有从事零售工作者的重要参考书籍。

“商道即人道，商业即人业”，零售业直接关系到群众的生活，营造消费环境，提供生活内容，促进消费观念的改变，推动生活质量的提高。

在现代经济生活中，特别是我们社会主义市场经济国家，不仅应该把零售经营看作一种买卖形式，而且应该把它看成一种生活方式，把它作为一项“民生工程”，它直接关系到宜居环境的建立和和谐社会的建设。

因此，提高全体从业人员的素质，特别是管理者的素质，不仅仅关系到流通产业的生存和发展，同时也直接关系到广大消费者的利益，甚至也影响到生产的正常进行。

同时，我们还必须看到，第一，随着市场的全面开放，外资进入流通领域的步伐加快，市场竞争将全面展开。

国内竞争国际化、国际竞争国内化。

如何培育适应两个市场发展需要的复合型管理人才就更为迫切；第二，零售市场的竞争，是单体企业在同一商圈的较量，是在同一区域争夺消费者的抗争，首先不取决于它的总体规模，而取决于单体的竞争力，取决于每一个零售业企业管理者的水平和经营者的素质；第三，决定未来零售业胜败的三个要素，科技、信息和服务，归根结底还是个人的问题，是人才之间的竞争，“得人才者得天下”；第四，中国连锁商业急速扩张，人才已成为它发展的瓶颈，“十个杯子八个盖”，无法满足连锁发展对管理人才的需要。

<<现代零售战略与管理>>

内容概要

《零售业职业经理人（店长）资质认证培训教材：现代零售战略与管理》主要内容包括：零售环境分析与竞争分析、零售发展战略的制定、资本运作战略、零售供应链管理、零售信息系统管理、零售组织管理、零售客户关系管理、零售网络化、零售业国际化、零售业规范化、零售企业文化战略设计及领导艺术与团队建设等。

《零售业职业经理人（店长）资质认证培训教材：现代零售战略与管理》内容全面，信息丰富，语言通俗，可作为店长、公司经理一级人才的培训读本，也可供从事零售业研究的专家、学者阅读。

书籍目录

第一章 零售环境分析与竞争分析第一节 零售环境的分析方法——SWOT分析法第二节 零售竞争的分析方法第三节 零售竞争的类型第四节 零售竞争的衡量尺度案例及分析补充阅读本章思考题第二章 零售发展战略的制定第一节 零售发展战略第二节 进入市场的战略第三节 零售战略计划过程案例及分析补充阅读本章思考题第三章 资本运作战略第一节 利润方式第二节 资产周转方式第三节 战略利润模型第四节 业绩考核方法第五节 资本运作案例及分析补充阅读本章思考题第四章 零售供应链管理第一节 从物流到供应链管理第二节 零售供应链第三节 第三方物流第四节 高效消费者反应（ECR）第五节 供应商管理案例及分析补充阅读本章思考题第五章 零售信息系统管理第一节 零售信息收集与处理第二节 零售业信息管理的发展第三节 主要零售信息技术工具介绍案例及分析补充阅读本章思考题第六章 零售组织管理第一节 零售组织结构第二节 纯净考核与绩效提升第三节 员工激励方法案例及分析补充阅读本章思考题第七章 零售客户关系管理第一节 零售客户关系管理的主要概念与内涵第二节 零售企业与客户价值第三节 零售业客户关系管理体系结构第四节 客户关系管理对零售企业的意义第五节 客户关系管理的主要流程案例及分析补充阅读本章思考题第八章 零售网络化第一节 传统商务与电子商务的对比第二节 电子商务的经营模式第三节 电子商务经营模式的成功因素案例及分析补充阅读本章思考题第九章 零售业国际化第一节 零售业国际化的概念与动因第二节 零售业国际化发展概况第三节 零售业国际化成败的主要影响因素第四节 零售业国际化失败及其原因分析案例及分析本章思考题第十章 零售业规范化第一节 消费者权益保护第二节 政府规制第三节 外资进入我国零售的规制问题第四节 协会统筹第五节 企业自律案例及分析补充阅读本章思考题第十一章 零售企业文化战略设计领导艺术团队建设第一节 零售企业文化战略设计第二节 零售企业领导艺术第三节 零售企业团队建设案例及分析补充阅读本章思考题

章节摘录

第一章 零售环境分析与竞争分析： 第三节 零售竞争的类型： 一、同质竞争： 通常零售业的市场集中度会低估零售企业面临的竞争程度，因为这个指标仅仅反映了直接竞争者即同质竞争：同质竞争是指同一类别的零售业态或交易风格之间的直接竞争。

如图1 - 4a，店铺选址越接近，竞争便越激烈；店铺风格越接近，竞争便越激烈。

经济学家认为，大多数的零售产品是一种缺乏“需求价格弹性”的商品，“需求价格弹性”是衡量需求量对价格变动的反应程度。

如果一种物品的需求量对价格变动的反应大，可以说这种物品的需求是有弹性的。

如果一种物品的需求量对价格的变动的反应小，可以说这种物品的需求是缺乏弹性的。

由于零售商品在人们收入中所占的比例不大，而且属于经常要购买的日常用品而不是奢侈消费品，所以缺乏需求价格弹性。

所以说在零售消费总量上不会由于价格的变化而产生很大的增减。

目前我国零售产业还基本处于同质竞争的状态，零售企业性质相同，彼此容易替代。

而哈佛大学教授、著名经济学家曼昆认为，如果某产品所存在的接近它的替代品数量越多，其需求价格弹性就越大。

也就是说，这些相互可替代的产品中，任何一种价格下降都会带来需求量的大量增加。

而在零售消费总量不变的前提下，零售企业只能通过降价来争取更大的市场份额，最后的结果是零售企业纷纷进行价格战，同质竞争必然会归于价格竞争。

而价格竞争最终结果只能是整个零售产业规模萎缩，产品及服务质量下降，整体环境恶化。

近几年来，以国美、苏宁为首的家电零售企业的扩张速度已到了令人咋舌的地步。

在竞争最为激烈的北京地区，目前家电企业连锁门店的数量已经超过了一百家，各门店之间的同质竞争真可以用惨烈来形容，不过单个门店的销售业绩却不尽人意。

.....

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>