

<<麦德龙全攻略>>

图书基本信息

书名：<<麦德龙全攻略>>

13位ISBN编号：9787505842595

10位ISBN编号：7505842595

出版时间：2006-10

出版时间：经济科学

作者：陈广

页数：309

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>

<<麦德龙全攻略>>

内容概要

麦德龙是全球第三、欧洲第二的商业集团，是德国最大和最成功的企业之一，位居世界100强企业之列。

与传统批发态相比，麦德龙的现购自运业态为专业客户提供了更广泛的食物和非食物商品，性价比高，而其一周之内更长的营业时间满足了专业客户在不同时间采购的各种需要，即时提货更是为专业客户解决了因商品囤积而造成资金周围搁置的难题。

现购自运制的主要特征是：进销价位低、现金结算，勤进快出，自备运输工具，降低流通成本，缩短流通时间。

所谓的双“有限”策略，是指麦德龙奉行的“有限顾客”和“有限利润”策略。

其中，“有限顾客”，是把顾客定位在法人团体，即会员客户以支付现金和自动自助方式选购物品，法人的经营需要是麦德龙服务的指向。

“有限利润”策略是指麦德龙只赚取较低的利润，以较低的价格保证法人企业通过这一环节还能得到下一层利润，它出售的商品价格有的甚至低于出厂价。

对于奉行有限客户策略的麦德龙来说，为客户提供专业的客户服务具有特别的意义。

麦德龙建立起庞大的客户信息系统，通过客户咨询部的定期访问和在卖场与客户的直接接触，麦德龙能够进一步了解他们的需求，从而能为专业客户提供高质低价的商品、优质的服务以及购物环境，最大限度地满足专业客户。

现购自运是麦德龙集团发展的重要推动力，也正是因为“现购自运”，麦德龙成为世界零售市场中有着“特立独行”甚至“倔强”品质的零售巨头。

本书将为你全面解密世界第一的现购自运模式！

<<麦德龙全攻略>>

书籍目录

第一章 特立独行的麦德龙 1.1 发展历程 1.2 主打业态 1.3 核心优势 1.4 麦德龙现象 1.5 卓越创办人 链接：麦德龙大事记第二章 麦德龙的运营模式 2.1 现购自运模式 2.2 双“有限”策略 2.3 专业的客户服务第三章 麦德龙卖场规划与布局 3.1 商圈解析 3.2 选址策略 3.3 卖场布局 案例1：华润苏果的门店规划 案例2：伊藤洋华堂的开店策略第四章 麦德龙的连锁管理制度 4.1 连锁经营 4.2 标准化管理 4.3 财务监控制度第五章 麦德龙的营销策略 5.1 低价策略 5.2 免费邮报促销 5.3 自助购物服务 5.4 自有品牌策略 链接：开发的自有品牌策略选择 案例1：家乐福的超低售价策略 案例2：沃尔玛的自有品牌策略第六章 麦德龙的商品管理 6.1 全过程商品管理 6.2 商品组合 6.3 商品陈列 链接：常用的商品陈列方法第七章 麦德龙的供应链管理 7.1 供应链模式 7.2 客户价值链管理 7.3 与供应商“双赢” 链接：零售商如何与供应商双赢 案例：伊藤洋华堂的供应链管理第八章 麦德龙的信息化技术第九章 麦德龙的企业文化第十章 麦德龙的人才体系第十一章 麦德龙的竞合法则第十二章 麦德龙的扩张行动第十三章 麦德龙的中国攻略

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>