

<<易初莲花全攻略>>

图书基本信息

书名：<<易初莲花全攻略>>

13位ISBN编号：9787505842618

10位ISBN编号：7505842617

出版时间：2006-10

出版时间：经济科学出版社

作者：李华丽

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>

<<易初莲花全攻略>>

内容概要

易初莲花一直致力于成为生鲜加强型超市，生鲜一直是易初莲花的特色，除了能够以低价满足顾客的一站式购物的需求，易初莲花一直以来都是以美味新鲜、高品质的生鲜产品而闻名的。

本书为您全方位揭秘零售业巨头，幻灯片深层次解析。

全面解密生鲜加强型大卖场的运营管理手法。

优质、美味的生鲜产品是易初莲花的经营特色之一，也是易初莲花与其他竞争对手拉开差距的主要武器，是易初莲花大卖场的竞争优势所在。

为了保证生鲜食品的质量，易初莲花专门成立了QC质量监控小组，对自供的生鲜类产品进行严格的质量控制，并且尽量与大型厂家进行供应商合作，绝对保证产品质量安全。

生鲜损耗大致可以分为两类，一类是因为生鲜商品受损而产生的损耗，例如由于商品丢失、浪费、损坏变质等造成的有形损耗；另外一类是商品没有受损而产生的损耗，例如由于降价、清仓处理、单据错误或者录入错误造成的无形损耗。

针对不同的损耗，易初莲花有不同的控制方法。

自有品牌产品是易初莲花的一个典型的经营特色。

易初莲花的自有品牌商品的销售占整个易初莲花大卖场商品总销售额的10%以上，是易初莲花重要的销售盈利来源，由于易初莲花的完善的自有品牌战略，易初莲花的自有产品已经逐渐被广大消费者所青睐。

<<易初莲花全攻略>>

书籍目录

第一章 迅速成长的易初莲花 1.1 曲折历程 1.2 正大业态 1.3 莲花秘笈 1.4 杰出领导者 案例：欧尚的成功秘诀
第三章 易初莲花的运营战略 2.1 标准化运营 2.2 战略联盟 2.3 自有品牌 2.4 全面独资 案例1：沃尔玛的自有品牌策略 案例2：阿尔迪的运营战略
第三章 易初莲花的经营理念 3.1 优质生鲜 3.2 一次购足 3.3 天天低价 案例1：欧尚的经营理念 案例2：阿尔迪的经营理念
第四章 易初莲花的卖场规划 4.1 商圈分析 4.2 门店选址 4.3 卖场布局 案例1：欧尚的选址策略 案例2：家乐福的卖场布局设计
第五章 易初莲花的商品营销 5.1 商品陈列 5.2 促销手段 5.3 服务营销 链接：商品陈列位置与技工 案例：欧尚的商品陈列管理
第六章 易初莲花的生鲜管理 6.1 供应链管理系统 6.2 生鲜陈列展示 6.3 生鲜损耗控制 案例：欧尚的生鲜商品管理
第七章 易初莲花的采购策略
第八章 易初莲花的物流配送
第九章 易初莲花的员工管理
第十章 易初莲花的企业文化
第十一章 易初莲花的中国攻略

<<易初莲花全攻略>>

章节摘录

2.1 标准化运营 对于连锁零售企业来说，最重要的工作就是做好门店的标准化运营。

这种标准化主要体现在各店铺的标准化中，因为连锁的实质是标准化的连锁。

一个连锁零售企业标准化的核心是业务流程标准化和管理方式的标准化，而业务流程标准化的前提就是店铺的标准化。

连锁经营的零售企业的各门店的运营必然是标准化的，而非个性化的，因为后者往往会造成事实上的单店经营，难以实现真正意义上的连锁管理。

如果店铺都是个性化的，店铺的管理就不可能统一；门店运营的成败则主要取决于门店管理人员的决策，这必然会导致管理的随意性增强，这就使连锁经营的目标——快速扩张和规模效益，无法实现。

作为一个著名的零售品牌，易初莲花在中国国内主要以零售大卖场为主打经营业态，进行全面的连锁经营。

易初莲花在全国范围内不断迅速并有条不紊地布点开店的同时，也在充分执行门店标准化的经营理念，各地的易初莲花门店在目标市场定位、布局规划风格、经营理念、员工管理等方面都达到了充分的标准化。

2.1.1 目标市场定位标准化 易初莲花的目标市场定位，也就是其所面对的目标消费群体是一致的，在全国各地的易初莲花门店都以城市工薪收入的居民为主要服务对象。

根据这部分顾客的需求特点，易初莲花的商品品类多选择大众化的廉价、食用商品，而且这部分顾客格外注重生鲜商品的品质，易初莲花就发挥自身优势提供优质、新鲜、低价的生鲜产品，数量充足，满足大众需求。

而且，易初莲花的商品陈列相对集中，价格带不会过宽，方便顾客选择和比较购买。

2.1.2 布局规划风格标准化 易初莲花门店的卖场规划、布局、整体风格是一致的。

易初莲花的大卖场很少选址在市中心热门地段和黄金商业区地段，而多选择开在发展潜力丰富、住宅偏多、交通便利的社区附近；大卖场多采用上下两层结构，随处可见的是易初莲花的蓝绿色莲花标志，给人典雅、含蓄、洁净的感觉。

易初莲花的大卖场一直以面积大、空间开阔为特色，具有较大的卖场营业面积是易初莲花的一个显著的特点；每个门店一般都在1.2万~2万平方米之间，环境整洁、宽敞明亮，经营商品一般在3万种左右。

商品结构包括：生鲜（蔬菜、肉类、水果、水产品等）、干货（小吃、洗化用品、饮料等）、百货（日用品、五金、家电等）、服装（服装、鞋类等），种类齐全，可供普通消费者充分选择，一次购足。

易初莲花大卖场门店多为3层：1层是化妆品、服装等专柜以及餐饮服务区；2层是超市卖场，主要经营生鲜、食品等食品类；3层则为百货卖场，经营服装以及日杂用品，并有家电专区。

易初莲花大卖场内大多都设有大面积的主食岛和点心岛。

易初莲花所有的散装食品，除了标准价签外，还有包括品名、配料、生产日期、保质期、生产商等详细说明，做到专业化、人性化。

散装食品说明和价签并列放在一起，各种信息清楚明确，使顾客购买起来很放心。

另外，易初莲花大卖场内多设有布局现代化、经营方式多样的联营区。

较大型的卖场内还引进餐饮品牌店，包括世界的知名品牌，比如麦当劳、肯德基、必胜客等。

2.1.3 经营理念标准化 所有的易初莲花大卖场都坚持贯彻“EDLP”、“天天低价，让顾客省得更多”的经营理念，提出“持续不断地提供整体上的最低价，且成为每目的价格领导者和永远的市场最低价”。

大比例商品采用本地采购，有稳定、可靠的货源和统一的功能强大的配送中心，并且备有数量充足、价格低廉、品类丰富的美味优质生鲜食品。

采用集中订货来降低商品的成本，通过专业配送以减少物流费用。

提供大量的易初莲花自有品牌产品，具有较高的性价比，品类丰富。

在卖场内特设出自有品牌专区，货品齐全，让顾客轻松、愉悦地一次购足所需的所有商品。

<<易初莲花全攻略>>

.....

<<易初莲花全攻略>>

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>