第一图书网, tushu007.com

<<零售业经营攻略>>

图书基本信息

书名：<<零售业经营攻略>>

13位ISBN编号：9787514125566

10位ISBN编号：7514125566

出版时间：2012-11

出版时间：经济科学出版社

作者：宋钊

页数：251

字数：200000

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

前言

世界上没有一成不变的东西，同样，在市场经济大潮中，也没有一成不变的营销策略。
随着市场经济的繁荣发展，社会物质财富的极大丰富，零售业也无时无刻不处在变化之中。
变化是绝对的，不变是相对的。
零售业随着经济的发展而发展，而相应的调整也要“与时俱进”，包括业态、商品结构、组织架构等。
只有在变化中零售业才能发展，否则只能被市场竞争的巨浪推倒。
零售业是为消费者提供全方位的服务。
从某种意义上讲，零售就是服务，服务创造价值，服务工作管理到位，乃是企业形象塑造、无形资产的增值。
“顾客是我们的衣食父母”、“顾客满意是我们永久的追求”、“顾客永远是对的”，这些企业的服务理念是通过实践而提炼出的精华。
只有视顾客为上帝，顾客才会反过来将商场视为自己的家，双方也才会在“双赢”中各自获益。
每年的“3.15”国际消费者保护权益日不仅是消费者的节日，也是商家自省和进一步提升服务质量的契机。
在商品经济竞争日趋激烈的今天，谁提供的服务更优质、更全面、更周到，谁的服务更能让消费者感到贴心、放心、舒心，谁就会在市场竞争中站稳脚跟。
“得民心者得天下”，在零售业中更应理解为“得民心者得市场”。
随着市场的发展，促销等手段愈来愈成为零售业经营者们向消费者传递企业相关产品的各种信息的方式，吸引甚至说服消费者购买其产品，以达到扩大销售的目的。
简单来说，就是通过直接的利益刺激，以达到短期销量的增加甚至大幅提升。
本书也针对零售业者的促销问题，引用了大量真实案例来说明各种促销手段的使用方式和成功案例。
本书不仅重点介绍了零售业创业者在创业方面需要注意的事宜，更列举了其在守业方面所应该注意的问题。
另外，本书还着重对我们平日里不太关注的细节等进行了全方位、多角度的分析。
古人说得好：书中自有颜如玉，书中自有黄金屋。
把这句话用现代的理念去解释，读书就是接受教育，让我们通过书本来掌握知识技能，用以投身社会、服务于人。
最后提醒广大读者一点，任何投资都存在风险，在决策之前一定要做好充分的市场调研，在投资过程中更要懂得审时度势，只有善于谋划才能运筹帷幄，决胜千里之外。
编者

内容概要

本书主要从零售业的经营模式和销售策略出发，通过引用大量真实案例，深入分析零售业各种业态模式的优缺点，提出如何运营，如何向消费者传递商品的各种信息、如何吸引甚至说服消费者购买商品的方法，从而为自己使每一位商家都能找到最合适自己的方案，从而达到最好的销售效果，在市场竞争中立于不败之地。

作者简介

宋钊，零售业发展业态研究者。
2000年进入零售行业，兼职采购和销售，与食品、乳品、酒类、家电、洗化、粮油、家居、纺织、农资等多个领域供应商建立了其独有的合作模式，在操作供应商与大卖场的联合运作中获得较大的成功，获得了客户的广泛好评，并被国内多家著名生产企业聘为经销商管理顾问。

<<零售业经营攻略>>

书籍目录

第1章 不可不知的零售业常识
1.1 零售业的发展历程
1.2 零售业态探秘
1.2.1 零售业态分类
1.2.2 零售业成功案例
1.2.3 零售业术语
第2章 好的开始等于成功的一半——选择你的经营方式
2.1 零售业创业者所必须具备的条件
2.2 新型业态模式
2.3 个性经营
2.3.1 将"有卖点"的商品变成热销商品
2.3.2 小店铺，大买卖——用产品说明书连接制造商和顾客
2.3.3 冒险投机型零售店——谁说投机不能赚钱
2.3.4 主题商店——个性零售店的经典代表
2.4 连锁经营
2.4.1 特许加盟
2.4.2 直营连锁
2.4.3 自愿加盟
2.5 互联网经营
2.5.1 中国网络零售业
2.5.2 零售业进军互联网的商圈选址
2.5.3 零售业进军互联网的优劣势
第3章 毫不示弱的销售策略
3.1 零售业的促销利器——折扣
3.1.1 价格折扣——让顾客蜂拥而至的宝典
3.1.2 奖品折扣——购物也能赢礼物
3.1.3 会员折扣——强化推销的经营策略
3.1.4 变相折扣——给顾客看得到的实惠
3.2 将以人为本进行到底——顾客
3.2.1 年龄销售法——刺激不同群体需求
3.2.2 性别销售法——决胜"他"、"她"的经济时代
3.2.3 心理与情感销售法——高明的投入和产出
3.3 燃起永不言败的斗志——促销热情
3.3.1 包装促销
3.3.2 商品陈列促销
3.4 让你的产品深入人心的最好途径——广告
3.4.1 卖场广告——快速消费的催化剂
3.4.2 公关广告——树立独特的品牌优势
3.4.3 公益广告——为公众谋福利就是为自己谋福利
3.5 不要放过经营的最佳时期——黄金假期
3.5.1 传统节日
3.5.2 舶来节日
3.5.3 特定人群节日
3.6 一切都是为了顾客——服务
3.6.1 售前服务

3.6.2 售中服务
3.6.3 售后服务
3.7 披荆斩棘的利剑——员工
3.7.1 有效管人先在选才
3.7.2 零售人员培训
参考书目

章节摘录

版权页： 插图： 说到钻空子，商人的天性就在于找空子、钻空子。
有人钻空子不奇怪，如果眼见着空子在那里没有人去钻，那才是奇怪的事情。
谈到空手套白狼，又有哪一个白手起家的创业者不需要经过一个空手套白狼的阶段呢？
空手而能套到狼，不是智慧又是什么呢！
谋略或者说智慧，时时贯穿于创业者的每一个创业行动中。
谋略，说白了就是一种思维的方式，一种处理问题和解决问题的方法。
对于创业者来说，智慧是不分等级的，它没有好坏、高明不高明的区别，只有好用不好用，适用不适用的问题。
当年谢圣明带着红桃K一帮人，在农村的猪圈、厕所墙壁上刷广告的时候，遭到了多少人的嘲笑。
但是，如今在猪圈上刷广告的谢圣明已经成为了亿万富翁，而当年那些讪笑他的人呢，当年怎样贫穷，如今依然怎样贫穷。
我们归结创业者智慧：不拘一格、出奇制胜。
作为创业者，你的思维是否至今依然因循守旧？
《福布斯》中国富豪陈金义当年也有过这么一番经历。
陈金义在没有发迹前，有机会做一个蜂蜜加工厂。
建一个蜂蜜加工厂需要30万元，但当时陈金义手头仅有3万元。
他将这3万元存人银行，随后又利用这3万元做抵押，从银行贷出6万元，又用6万元做抵押，贷出12万元，如此一直到贷出办工厂所需的30万元。
蜂蜜加工厂办起来后，陈金义的事业也逐渐走上正道。
现在这成为民营企业家的“ 原罪 ”。
有人说他们这是空手套白狼，其实不然，他们最多是利用了银行制度上的缺陷。
有能力利用现存制度的缺陷，是一种智慧的表现。
市场经济的假设基础，就是人都是自私的，每个人都想将自己的个人利益最大化，而结果是人们在利己的同时达到了利人的目的，个人利益与社会效益都达到最大化。

编辑推荐

《零售业经营攻略》编辑推荐：合作。
商场不是战争，而是一场合作。
零售市场即存在大鱼吃小鱼，也存在小鱼啃大鱼，谁吃谁不取决于规模，而取决于它的核心竞争力，那就是合作。
服务。
零售业是为消费者提供全方位的服务。
从某种意义上讲，零售就是服务，服务创造价值，服务工作管理到位，乃是企业形象塑造、无形资产的增值。
“顾客是我们的衣食父母”、“顾客满意是我们永久的追求”、“顾客永远是对的”，这些企业的服务理念是通过实践而提炼出的精华。
只有视顾客为上帝，顾客才会反过来将商场视为自己的家，双方也才会在“双赢”中各自获益。

第一图书网, tushu007.com

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