第一图书网, tushu007.com

<<超市营销>>

图书基本信息

书名：<<超市营销>>

13位ISBN编号：9787801471741

10位ISBN编号：7801471741

出版时间：2003-8

出版时间：企业管理出版社

作者：胡玉玲

页数：278

字数：220000

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

内容概要

超级市场不是自式服务的创始者，但由于它的快速发展，使得这种服务方式在零售业中发挥出巨大的作用。
它节省了大量的人工费用，大大降低了经营成本，从一定程度上保证了超级市场实行低毛利也能盈利，与此同时，它还改善了购物环境。
芝加歌超级市场协会本部对超级市场的定义为：“ 超级市场是规模至少在年销售额100万美元以上的完全部门化的食品店，而且在食品货场实行自我服务销售。
”

书籍目录

第一章 超级市场业态模式与目标市场定位第二章 超级市场的店铺选址第三章 超级市场商品采购与管理第四章 超级市场卖场布局与商品陈列第五章 超级市场的定价策略第六章 超级市场促销策略第七章 超级市场物流配送管理第八章 超级市场信息化管理第九章 超级市场服务策划第十章 超级市场企业文化与形象策划第十一章 超级市场经营绩效考评第十二章 超级市场营销案例及分析

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