

<<连锁门店开发与选址>>

图书基本信息

书名：<<连锁门店开发与选址>>

13位ISBN编号：9787802345713

10位ISBN编号：7802345715

出版时间：2010-9

出版时间：中国发展

作者：李晓辉//弓秀云

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>

<<连锁门店开发与选址>>

前言

由北京物资学院北京现代物流研究基地编著的“高职高专连锁经营管理专业规划教材”紧贴我国现代流通业、连锁经营的发展方向与企业动态，具有现代流通理论、国际先进理念、企业实践案例等融为一体的鲜明特色，主要供高职高专连锁经营管理专业师生使用，同时也可作为物流专业师生的教学用书以及从事连锁企业相关工作的人员的参考书。

1.编写本套教材的迫切性自20世纪90年代以来，连锁经营在我国显示出了强大的生命力和发展潜力。2002年10月10日，原国家经贸委办公厅制定印发的《全国连锁经营“十五”发展规划》中明确指出，“推进连锁经营是我国流通领域带有方向性的一项改革”。

2005年2月1日起施行《商业特许经营管理办法》，2007年5月1日起施行《商业特许经营管理条例》。2007年3月9日，国务院下发的《国务院关于加快发展服务业的若干意见》中明确指出，“提升改造商贸流通业，推广连锁经营、特许经营等现代经营方式和新型业态”。

随着我国连锁经营业法规制度的不断完善，我国已涌现出了一批管理规范、效益显著的大型企业集团，同时，良好的投资环境吸引了国外多家连锁业巨头进入中国市场，使就业需求与空间不断扩大。

所以，培养一批掌握连锁经营管理基本理论知识和职业技能，面向现代服务业，能在生产、建设、管理、服务第一线上胜任连锁经营管理工作的高素质、高技能的优秀管理人才成为该行业的迫切需要。

<<连锁门店开发与选址>>

内容概要

对于一个连锁经营体系来说，连锁门店的开发肩负着支撑连锁企业扩大规模、提高效益、提升竞争力的重要责任；而连锁门店的选址又是企业开发市场的一个重要环节，选择的营业地点不同。意味着企业面对的客户群体不同，可以说门店选址就是选择目标市场。

本书共分九个模块。

分别讲述了连锁门店的经营战略、选址体系、CIS设计、内部和外部设计的原则与技巧、扩张策略，以及开业、庆典的策划等内容。

这些都是成功开发并有效管理一个门店所必须的知识与技能。

本书适合高职高专连锁经营管理专业师生使用，也可作为连锁企业从业人员的培训教材，具有广泛的适用性。

<<连锁门店开发与选址>>

书籍目录

模块一 连锁企业的经营战略 项目一 战略经营思想——顾客满意 项目二 战略经营方针——品牌战略 项目三 经营战略行动模块二 市场调查与连锁门店开发区域的选择 项目一 市场调查 项目二 连锁门店开发规划 项目三 连锁门店开发市场区域的选择模块三 连锁门店开发的商圈调查 项目一 商圈概述 项目二 商圈调查 项目三 商圈分析模块四 连锁门店开发店址的确定 项目一 连锁门店店址选择的作用与原则 项目二 连锁门店店址选择的策略 项目三 连锁门店店址选择的技巧与程序模块五 连锁门店的CIS设计 项目一 连锁门店CIS设计概述 项目二 连锁企业理念识别设计 项目三 连锁企业行为识别设计 项目四 连锁企业视觉识别设计 项目五 连锁企业形象战略策划实际操作模块六 连锁门店店内设计 项目一 连锁门店卖场设计的原则 项目二 连锁门店卖场设计的技巧 项目三 连锁门店商品陈列的含义与原则模块七 连锁门店的外观设计 项目一 连锁门店外观设计的原则 项目二 连锁门店外观设计的内容和方法 项目三 连锁门店周围环境的设计模块八 连锁门店的开业、庆典策划 项目一 开业筹备 项目二 开业典礼模块九 连锁门店的扩张策略 项目一 经营模式的扩张策略 项目二 区域扩张策略 项目三 资本扩张策略

<<连锁门店开发与选址>>

章节摘录

插图：从需求角度分析，市场总量和市场的变化趋势是判断该区域是否有进入价值的两个重要指数，它直接影响到连锁企业的经营业绩和发展潜力。

市场总量可以通过购买力指数来衡量，主要分析的是整体市场容量的成长情况。

根据年均增长率，可以将市场成长划分为导入期、成长期、成熟期和衰退期。

导入期蕴含的风险较大，投入多、周期长，在此期间连锁企业不宜做过多的投入；成长期蕴含机遇，连锁企业应快速占领其市场，积极扩展分销渠道；进入成熟期后，没有找到本企业竞争的明显优势时需谨慎参与；衰退期蕴含的威胁较大，切勿盲目进入。

影响市场总量的因素主要有区域经济因素、政策和法律因素、人口因素、社会文化因素和基础设施因素等。

1. 区域经济 区域经济指标主要有区域内GDP、就业率、一般经济状况。

GDP的增长会反映到零售总额与储蓄额的增长；就业率影响到区域内居民的总体收入，一般经济状况会影响到区域居民的购买力。

2. 政策和法律 不同区域在零售管理或投资政策的规定、执行程度、区域规划等方面都会有或多或少的差别，它们都会对区域的市场总量和连锁企业的选址产生一定的影响。

3. 人口 人口密集度大、人口总体收入水平高、人口的购买力强等都会对市场总量产生积极影响。

人口因素具体包括人口规模、人口增长变化趋势、家庭以及生命周期，还包括收入水平和购买力水平等。

<<连锁门店开发与选址>>

编辑推荐

《连锁门店开发与选址》：本套教材包括《连锁企业经营管理》、《连锁门店开发与选址》、《连锁企业信息系统与管理》、《连锁企业采购与配送管理》、《连锁企业门店管理》，它们分别从不同的角度讲述了任何一个从事连锁企业经营的管理者都必须了解和掌握的重要环节。

本套教材的特点框架结构新颖，应用性强。

教材采取知识模块的形式，各模块采取“案例-理论-案例”的写作思路，以案例导读引入理论知识，最后又以案例分析结尾，体现了理论对实践的回归。

案例翔实，鲜活生动。

教材采用多个知名连锁企业经营中的典型事件，并配以大量图形和表格，以及开拓视野、开动脑筋等呈现知识的形式，增强了可读性与阅读者的实操性。

由研究连锁经营专业且在日本留学多年的专家编写。

他们熟知这一行业的发展现状和发展前景，在编写过程中能够结合我国连锁经营的综合环境和具体经营现况，且借鉴了大量日本及其他连锁业发达国家的实践经验，使教材具有一定的权威性和前沿性。

<<连锁门店开发与选址>>

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>