第一图书网, tushu007.com

<<进军大卖场88问>>

图书基本信息

书名：<<进军大卖场88问>>

13位ISBN编号：9787807063353

10位ISBN编号：7807063351

出版时间：2007-1

出版时间：上海远东

作者：黄静

页数：257

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

如何应对卖场的分类管理? 如何参与大卖场对商品陈列的管理? 如何参与大卖场对商品库存的管理? 小供应商在大卖场如何生存发展? 在大卖场资金周转不畅的原因是什么? 怎样用最低成本设计出有效的促销方案? 如何选择适合新品的促销方式? 如何让促销活动与众不同? 如何面对高额通路费? 如何避免大卖场窜货造成的不良影响? 如何与大卖场进行合同谈判? 面对大卖场的“霸王条款”该怎么办?

《进军大卖场88问》结合对大卖场的分析和研究，以问答的形式围绕对大卖场的认知、如何合作以及如何抗衡等方面进行了通俗易懂的阐述，为供应商提供了近百条有用的技巧、知识和方法，是供应商的实战宝典。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

黄静，毕业于武汉大学法学院，10余年的专业采购工作经历，从国有大型零售企业到外资零售商业集团，任职大卖场采购经理、采购培训经理。
是国资委《现代卖场管理》标准教材起草人；国际商务职业资格专家委员会委；国内多家零售专业媒体特约撰稿人。
擅长研究分析供应商与大型KA卖场的联合运作方法，尤其对供应商与大卖场的合作关系、赢利模式、供应链管理、产品组合、卖场与供应商及厂家的三角关系等方面有较系统的研究。

<<进军大卖场88问>>

书籍目录

前言　认知篇　1.零售终端有哪些形式?　2.大卖场盈利模式的特点是什么?　3.大卖场的价格政策有哪些?　4.大卖场商品定价的原则是什么?　5.大卖场的价格结构是怎样的?　6.采购主管的工作范畴包括哪些?　7.采购的权力有多大?　8.产生商业贿赂的原因何在?　9.条码是怎么回事?　10.大卖场如何管理商品陈列?　11.大卖场商品陈列的原则有哪些?　12.大卖场顾客层次有哪些特点?　13.大卖场为何缺货?　14.大卖场为何汰换商品?　15.零售商商品正常汰换的原因是什么?　16.零售商商品非正常下架的原因是什么?　17.大卖场为何删减单品数量?　18.大卖场引进新品的依据有哪些?　19.与大卖场谈判的要点和技巧有哪些?　20.大卖场对供应商进行划分的依据有哪些?　21.零售商如何定位供应商?　22.供零法规对供零关系有何影响?　合作篇　23.供应商与KA卖场合作的要点有哪些?　24.供应商需要了解大卖场的哪些方面?　25.供应商如何利用卖场收集信息?　26.供应商如何争取大卖场的支持?　27.供应商可以向大卖场学习些什么?　28.大卖场需要哪些供应商?　29.大卖场如何管理供应商?　30.大卖场为何需要样板供应商?　31.大卖场怎样支持重点供应商?　32.供应商如何适应卖场的管理?　33.样板供应商有什么作用?　34.供应商申报新品的注意事项和技巧有哪些?　35.供应商在合同谈判中存在的问题有哪些?　36.与大卖场首次谈判的注意事项有哪些?　37.与大卖场采购人员的沟通技巧有哪些?　38.大卖场欢迎怎样的KA经理?　39.大卖场不欢迎怎样的业务员?　40.产品在大卖场发生质量问题如何解决?　41.供应商如何设计不同目的的促销方案?　42.供应商如何成功操办节日促销?　43.节假日促销的控制点有哪些?　44.产品广告如何与零售终端有效联动?　45.供应商怎样用最低成本设计出有效的促销方案?　46.如何降低促销中的非计划性支出?　47.如何用最低价获得有利的促销位?　48.如何选择适合新品的促销方式?　49.如何让促销活动与众不同?　50.如何提升对促销员队伍的管理效果?　51.如何处理促销员在卖场引起的事端?　52.厂家如何规范赠品管理?　53.如何增加赠品的附加值?　54.零售的各种渠道的优势、劣势各有哪些?　55.你的产品适合哪种渠道?　56.产品在卖场陈列不合理的原因是什么?　57.大卖场合理的商品陈列包括哪些要素?　58.如何参与大卖场对商品陈列的管理?　59.如何参与大卖场对商品库存的管理?　60.什么原因会造成商品在大卖场清场?　61.为何供应商要了解新概念——ECR?　62.供应商如何准备年度回顾?　63.年度回顾过程中需要注意哪些细节?　64.怎样与卖场合作进行春节期间的商品销售?　65.中小品牌怎么进入大卖场?　66.小供应商在大卖场如何生存发展?　67.在大卖场资金周转不畅的原因是什么?　68.你的产品如何“二进宫”?　69.大卖场窜货会产生什么后果?　70.大卖场在何种情况下会发生价格战?　71.大卖场打破价格体系的现象及其方式有哪些?　抗衡篇　72.供应商对大卖场的理解为何会与实际信息不对称?　73.供应商与大卖场合作过程中的认知误区有哪些?　74.为何存在通路费?　75.供应商如何面对高额通路费?　76.如何避免大卖场窜货造成的不良影响?　77.怎样缓解大卖场对价格的“神经质”?　78.如何防止大卖场“破价”?　79.如何控制大卖场特价促销的负面影响?　80.如何应对大卖场的分类管理?　81.大卖场删减单品，供应商如何应对?　82.供应商如何提升在供零合作中的盈利能力?　83.如何保证在大卖场的资金安全?　84.供应商如何利用涨价带来的商机?　85.如何与大卖场进行合同谈判?　86.合同谈判要准备哪些事项?　87.面对大卖场的“霸王条款”该怎么办?　88.供应商怎样把握年度合同的控制点?　术语

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