

《国际零售管理》

图书基本信息

书名：《国际零售管理》

13位ISBN编号：9787500541882

10位ISBN编号：7500541880

出版时间：1999-06

出版社：中国财政经济出版社

作者：姚钟华

页数：328

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《国际零售管理》

内容概要

本书主要针对零售业的发达国家一些大零售商的管理实践进行剖析，对零售商管理中决策过程的各个环节进行分析，有利于我们从国际市场的角度来认识国内零售业的改革发展的需要。

书籍目录

第一章 零售世界：国际零售管理作用

- 1.1什么是零售
- 1.2分销渠道的作用
- 1.3分销渠道的组织
- 1.4由零售商完成的功能
- 1.5零售管理决策过程
- 1.6制订一项零售策略
- 1.7执行一项零售策略
- 1.8状态分析
- 1.9零售策略制定
- 1.10零售策略执行
- 1.11系统控制
- 1.12零售业的经济意义
- 1.13零售业机会

第二章 竞争研究：零售竞争形式分析

- 2.1零售市场结构
- 2.2零售机构

- 2.3零售所有形式
- 2.4竞争对手识别法

第三章 环境研究：国际零售动因分析

- 3.1零售国际化的动因
- 3.2经济环境
- 3.3社会文化环境
- 3.4政治法律环境

第四章 市场研究：顾客购买行为分析

- 4.1顾客需求
- 4.2顾客购买动机
- 4.3顾客购买行为
- 4.4顾客商店选择
- 4.5店内购买行为
- 4.6店内营销刺激 - 商店气氛
- 4.7市场细分
- 4.8目标顾客
- 4.9市场定位

第五章 商圈分析：商圈设定店址选择

- 5.1开设零售店铺计划
- 5.2市场调查
- 5.3市场调查的方法
- 5.4商圈分析
- 5.5商圈理论法则
- 5.6商圈饱和度
- 5.7城市商业人口
- 5.8零售中心性指数
- 5.9选址
- 5.10零售商店赢利原理

第六章 商店管理：商店特色形象策划

- 6.1 顾客喜爱的商店
- 6.2 便于进入店铺的必要条件
- 6.3 顾客对店面设计美的追求
- 6.4 店面外观的基本类型
- 6.5 橱窗设计
- 6.6 零售商店店内布局
- 6.7 零售商店店面设计
- 6.8 便于购买的条件
- 6.9 零售商品陈列设计
- 6.10 商品陈列
- 6.11 零售商品陈列设备和用具
- 第七章 商品策略：零售商品体系管理
- 7.1 商品管理循环体系
- 7.2 顾客对于商品的需要
- 7.3 商品的流行款式
- 7.4 畅销商品
- 7.5 商品采购计划
- 7.6 商品ABC分析法
- 7.7 商品配置突破
- 7.8 商品分类标准
- 7.9 商品组合配置
- 7.10 商品群
- 第八章 价格策略：零售经营赢利控制
- 8.1 影响零售价格的因素
- 8.2 零售价格政策
- 8.3 基本价格政策
- 8.4 制定价格策略
- 8.5 价格策略
- 8.6 目前在定价上常常出现的问题
- 8.7 零售价格变更及顾客对它的反应
- 8.8 折扣与让价
- 8.9 定价在市场竞争中获利水平
- 第九章 促销策略：零售市场营销管理
- 9.1 零售促销的基本概念
- 9.2 零售广告策略
- 9.3 POP广告
- 9.4 销售促进SP
- 9.5 公共关系
- 第十章 零售服务：顾客沟通渠道管理
- 10.1 售货员服务
- 10.2 售货员安排
- 10.3 售货员服务机会
- 10.4 售货员服务促销过程
- 10.5 零售服务种类
- 第十一章 特许经营：国际零售市场拓展
- 11.1 特许经营的含义
- 11.2 特许经营的优势
- 11.3 特许经营的加盟系统
- 11.4 特许经营的国际潮流

第十二章 系统控制：零售管理信息系统

12.1 零售电脑集成系统

12.2 POS系统

12.3 EOS系统

12.4 VAN商业增值网

12.5 EDI电子数据交换

12.6 自动分拣系统

12.7 MIS管理信息系统

12.8 Internet对零售系统控制的意义

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：www.tushu111.com