<<7-ELEVEN零售圣经>>

图书基本信息

书名:<<7-ELEVEN零售圣经>>

13位ISBN编号: 9787030160126

10位ISBN编号:7030160126

出版时间:2005-9

出版时间:科学出版社

作者:绪方知行

页数:180

译者:刘锦秀

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

<<7-ELEVEN零售圣经>>

前言

不论是在体坛还是在商界,没有基本的体力和认知就没有应用的技巧。

如果一个人总是把大家认为理所当然的事,或者明知不需特别技巧的,只要想做就可以做的基本认知都等闲视之的话,绝对无法挑战更高难度的考验。

经营就是应付一切的变化,所以经营者一定要具备扎实的基本认知。

7-ELEVEN创业三十年来,每一周都会在东京总公司举行全体会议。

对这多达一千三百次的会议,我印象最深刻的就是每一次我都会苦口婆心、反复告诉大家基本认知的 重要性。

虽然我反复叮嘱,但是现实中的7-ELEVEN仍然做得不够完美。

毕竟知易行难,想与做之间是有落差的。

但是要在大竞争的时代里出类拔萃,惟有永不妥协和追求绝对的完美。

<<7-ELEVEN零售圣经>>

内容概要

近年来,日本的7-eleven已成为日本流通业界中的首席企业,曾经在2003年他就实现了高达1600亿日元的利润,在流通业界无人能出其右,在产业界亦是屈指可数的高收益企业。

本书提出了从心理学角度出发的零售方式,分别从经商的基本原则、抓住顾客的心、一切从相信开始、热情带动人等四个章节进行介绍,指出零售商要完成成功的零售活动,就要在商品齐全、鲜度管理、清洁维护和亲切服务上下功夫,注重单品管理,提升自我的信用度。

本书适合企业经营者,致力于提高企业利润、勇于创新、实施变革的企业管理者,和经营管理方向的研究人员阅读。

<<7-ELEVEN零售圣经>>

作者简介

铃木敏文,一九三二年生于长野县。

一九五六年毕业于中央大学济系。

毕业后即进入东京出版贩卖公司(即日本东贩)编任编辑,一九六三年进入伊藤荣堂。

一九七三年独排众议,不顾四周反对的声浪创立便利商店7 - ELEVEN;并让7 - ELEVEN成为全日本拥有最高营业额及经营溢利的零售业。

现为伊藤荣堂集团的CEO、日本7 - ELEVEN会长兼CEO。

更以伊藤荣堂会长兼CEO的身份,统率全日本最大的流通集团伊藤荣堂集团。

绪方知行,一九三九年出生于福冈县。

一九六二年毕业于早稻田大学。

曾任「商业界」杂志(商业界出版社所出版的月刊杂志)总编等职。

一九八四年设立Office2020新社股份有限公司,并任《2020AIMBO》《THE店长会议》两杂志主笔。 着有《选顾客!

》(钻石社出版)《两人的流通革命》等书。

<<7-ELEVEN零售圣经>>

书籍目录

第1章 经商的基本原则 便利商店成功四原则 做好不起眼的工作 态度决定胜负 主动,不是强迫的推销 一人犯错,连累全店 极致的新鲜货 从消费者的角度思考 不能让顾客厌烦 质——钱花在刀口上任何一个数字都是警惕 不要让畅销商品缺货 货色齐全VS库存太多 在竞争中胜出:精准 相对价值和绝对价值 质的提升永无止境 销售额滑落与竞争无关 最重要的是那份心 关键在基础体力 忽视基本原则的后果 削减经费非良策第2章 抓住顾客的心 以心理学思考消费模式 无法以经济学说明 不能依赖过去的经验 仔细假设与验证 以肌肤去感受 不要对天气不关心 资讯的取得和活用 ……第3章 一切从相信开始第4章 热情带动人编者后记

<<7-ELEVEN零售圣经>>

章节摘录

书摘商品齐全、鲜度管理、清洁维护、亲切服务,就是经营便利商店的四个基本原则。

以清洁维护为例,只要是7—ELEVEN的员工,应该没有人不知道这四个字的涵义,但是无法确实执行却是不争的事实。

这一项基本原则做不到,却想借其他的手段让顾客上门是不可能的事。

清洁维护是如此,亲切服务、鲜度管理、商品齐全也全都是如此。

另外,关于亲切服务这一点,如果店员的待客方式不能让顾客感觉到发自内心的亲切,期望顾客再次上门是不可能的:把味道不佳、鲜度不够的食物陈列于货架,却希望顾客能大驾光临只是空想而已;顾客想要的商品总是缺货,店员却对顾客说:"请下次再来买吧。

"这种态度是傲慢的表现。

如果一整条大街只有一家便利商店,这家便利商店的生意一定做不久;如果选择在四周住家大都是 三餐不济的地区开便利商店,也同样经营不下去。

在便利商店尚没有全面普及的时候,7—ELEVEN的竞争对手不多,"想买东西"的顾客总是穿梭在 大街小巷之中。

但现在是个竞争激烈的时代,因为希望顾客光顾的店铺数量增加,比之前有强烈购物欲望的顾客数量增加得还要多。

从另一个角度来看,也就表示,相对于过去的顾客,现在一般顾客的购物欲望都减弱了。

在不变的大环境下,零售业该做的首先就是回归基本面,并贯彻各个基本原则,因为只有回归基本 ,才能累积业绩。

其实要这么做并不困难,而我们该做的就是商品齐全、鲜度管理、清洁维护、亲切服务,并且更重要的就是实践这四个基本原则。

(P2-3)

<<7-ELEVEN零售圣经>>

媒体关注与评论

7-eleven是一家全球知名的零售便利连锁店,尤其在日本,它的成功运营已经成为日本、美国以及亚洲各国研究物流、零售、便利店pos系统,甚至于消费心理学的典范案例。

本书出自日本7-eleven创建者,被称为日本零售之王的铃木敏文之手,是我们了解他们成功经验的最直接资料。

由于它是著者心血的结晶,句句直指核心。

全书包括经商的基本原则、抓住顾客的心、一切从相信开始、热情带动人等几个部分,其针对性与实用性都非常强。

商品齐全、鲜度管理、清洁维护、亲切服务,是经营便利商店的四个基本原则。

以客户心理为经营的基础。

提供一个让顾客安心消费的印象和完备的商品政策。

不论做任何事,都要恪守既定规则;如果认为规则有误,就应该提案求变。

<<7-ELEVEN零售圣经>>

编辑推荐

《7-ELEVEN零售圣经》编辑推荐:7-eleven是一家全球知名的零售便利连锁店,尤其在日本,它的成功运营已经成为日本、美国以及亚洲各国研究物流、零售、便利店pos系统,甚至于消费心理学的典范案例。

本书出自日本7-eleven创建者,被称为日本零售之王的铃木敏文之手,是我们了解他们成功经验的最直接资料。

由于它是著者心血的结晶,句句直指核心。

《7-ELEVEN零售圣经》包括经商的基本原则、抓住顾客的心、一切从相信开始、热情带动人等几个部分,其针对性与实用性都非常强。

2003年10月一经出版,即高居东京各大书店排行榜榜首,上市一个月即突破10万册,累计、销售25万册,迅速风靡东南亚。

商品齐全、鲜度管理、清洁维护、亲切服务,是经营便利商店的四个基本原则。

以客户心理为经营的基础。

提供一个让顾客安心消费的印象和完备的商品政策。

不论做任何事,都要恪守既定规则;如果认为规则有误,就应该提案求变。

<<7-ELEVEN零售圣经>>

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