第一图书网, tushu007.com

<<门店运营与管理>>

图书基本信息

书名：<<门店运营与管理>>

13位ISBN编号：9787122085481

10位ISBN编号：7122085481

出版时间：2010-7

出版时间：化学工业出版社

作者：符蕾 编

页数：219

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

前言

自20世纪90年代以来，沃尔玛、家乐福等国外著名零售商进入我国，促进了我国零售业的快速发展，目前，超市、便利店、专卖店、快餐店等连锁商店比比皆是，而作为连锁经营的一种业态一连锁企业门店已成为一种极具发展前景的新型业态。
为培养适应企业需要的高素质、高技能连锁经营管理人才，结合目前高等职业院校的连锁经营管理专业教学实际情况，我们编写了本教材。
本教材力求体现：　　1.教学目标针对性。
本教材针对连锁门店运营与管理岗位工作要求，着重使学生掌握连锁门店运营与管理的基本知识和基本能力，并注重吸收现代连锁企业经营管理新理念、新技术和新方法及岗位新标准。
　　2.教学内容实用性。
本教材按照连锁企业门店营运与管理中各种职业岗位能力要求设计实训的内容，兼顾基本知识和实践教学两个方面，突出实用性，注重培养学生的运营与管理能力。
　　3.学习模式创新性。
本教材克服从理论到理论的学习模式，转变为以大量连锁企业经营管理案例、经营管理资料等情境学习模式，以此调动学生学习的主动性、积极性。
　　4.教材体例新颖性。
本教材设计了遍布各章的引导案例、资料卡片、本章小结、复习思考题、项目训练、案例分析等，融知识性、应用性、趣味性于一体，既便于教师教学使用，也有助于突出学生连锁企业门店运营与管理能力培养。
　　本教材由符蕾任主编，其中第一章由沈阳职业技术学院符蕾编写；第二章由沈阳职业技术学院符蕾、刘瑞军编写；第三、六章由河南漯河职业技术学院曹富莲编写；第四、五章由河南农业职业学院王峥编写；第七章由沈阳职业技术学院刘瑞军编写；第八章由沈阳职业技术学院刘瑞军和河南漯河职业技术学院李学荟编写；第九章由河南漯河职业技术学院李学荟编写。
　　本教材在编写过程中借鉴了国内外有关专家学者的理论研究与实践成果，参考了相关文献资料，在此特向作者表示诚挚的感谢。
由于编者水平有限，加之编写时间仓促，书中难免会有一些不妥之处，恳请广大读者批评指正。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书以连锁企业门店为主体，以门店运营与管理活动为脉络和主线，主要内容包括：门店管理概述、卖场规划与设计、商品陈列、店长作业管理、理货员作业管理、收银作业管理、门店促销管理、营业现场服务管理、门店防损与安全管理。

本书可作为高职高专院校市场营销、连锁经营管理、物流管理、贸易经济、电子商务、工商管理等专业的教材或参考书，也可作为商贸流通业从业人员的培训教材。

<<门店运营与管理>>

书籍目录

第一章 连锁企业门店运营管理概述 知识点　技能点　案例导入 解析案例　第一节　连锁企业门店的功能、特征与类型　一、连锁企业门店的功能和特征　二、连锁企业门店的类型 第二节　连锁企业门店运营管理的意义和内容　一、连锁企业门店运营管理的意义　二、连锁企业门店运营管理的主要内容 第三节　连锁企业门店运营管理的标准　一、制定门店运营管理标准的程序　二、门店执行总部标准的主要控制内容 第四节　连锁企业门店的开发与开业管理　一、连锁企业门店开发的原则与程序　二、商圈分析的基本因素　三、不同业态连锁企业门店的选址标准和条件　四、门店的开业管理　本章小结　复习思考题　案例分析　实训项目第二章　连锁企业门店卖场的规划与设计　知识点　技能点　案例导人　解析案例　第一节　连锁企业门店卖场规划的作用与原则　一、门店卖场规划的作用　二、门店卖场规划的基本原则　第二节　连锁企业门店卖场环境的组成要素　一、门店卖场外观的组成要素　二、门店卖场内貌的组成要素　第三节　连锁企业门店的外部规划　一、门店卖场的店面规划……第三章　连锁企业门店的商品陈列第四章　连锁企业门店店长的规范化作业管理第五章　连锁企业门店理货作业与设备的使用管理第六章　连锁企业门店收银作业管理第七章　连锁企业门店促销管理第八章　连锁企业门店营业现场服务管理第九章　连锁企业门店防损与安全管理参考文献

章节摘录

（4）服务的表现力 门店的服务对象是消费者，在人格上，经营者和消费者是平等的，开店经营的目的是赚取商业利润，而表现方式是为顾客服务。
营业人员表现出来的优质服务，会使顾客感到人格上受到尊重，营业人员真诚服务、热情接待会使顾客感受到购物中的满足感。
2.连锁企业门店的特征 （1）数量众多，规模经营连锁企业门店是连锁经营企业的门市，是企业有计划设立在不同地区或地点的分散的经营网点。
连锁经营企业将这些门店以一定的形式组成一个联合体，少则十几家，多则几千家，通过统一化、专业化、规范化以及标准化运营管理实现规模化经营。
（2）店名、店貌、服务标准化连锁企业门店在店名、店貌方面实行统一规划，在服务上推行标准化。
连锁经营企业下属的所有门店都使用统一的店名、店貌和标识，并为顾客提供标准化的商品和服务。
（3）统一分销连锁企业门店是在其总部的统一管理下分销商品，将采购、配送等业务集中于总部，从而使连锁企业门店实现简单化经营。
（4）经营方式多样不同的连锁企业门店的经营方式有明显不同。
如百货商店、专业店采取柜台销售和开架面售相结合方式，超市、便利店采取顾客自助服务统一结算方式，购物中心则采取各经销店独立开展经营活动等。
（5）经营规模各异连锁企业门店的经营规模不尽相同，小到不足百平方米，大到几万平方米。
如有的便利店的经营规模仅仅几十平方米，而大型百货商场、大型超级市场的经营规模都在万平方米以上。
二、连锁企业门店的类型 连锁企业门店的类型是由企业经营方式、商品结构、服务功能以及选址、商圈、规模、店堂设施、目标顾客等因素决定的。
目前，在连锁经营企业所开设的门店中主要有超级市场、大型综合超级市场、仓储式商店、便利店、百货店、专业店以及专卖店等。
1.标准超市的门店 标准超市采取自选销售方式，以销售食品、生鲜食品、副食品和生活用品为主，初步实现了满足顾客一站式购买每日生活必需品的需要。
标准超市将商品品类细分成果蔬、鲜肉、活鱼与冰鲜、熟食、一般食品、日用百货、杂品类等，按营业面积分块设定商品经营区域，并实行统一标准化管理和一次性集中付款。
2.大型综合超市门店 大型综合超市门店是指采取自选销售方式，以销售大众化实用品为主，满足顾客一次性购足需要，按营业面积分块设定商品经营区域，采取统一标准化管理和一次性集中付款运营方式。
3.仓储式商场门店 仓储式商场门店指以经营生活资料为主的，储销一体、低价销售、提供有限服务的，属批发性质的超级大卖场。
其特点表现为实行会员制、量贩式经营，运用会员制度牢牢地锁定小商店、小酒店、小服务业及机关、学校等稳定的顾客群，采用法人与个体会员制相结合的服务方式，集中体现批发配销的业态性质，门店选址上以交通便利为首要的选择目标，以高速公路为各目标市场之间的物流连接线，采取仓场合一的经营形式。

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