

## <<开家赚钱的小超市>>

### 图书基本信息

书名：<<开家赚钱的小超市>>

13位ISBN编号：9787506471022

10位ISBN编号：7506471027

出版时间：2011-4

出版时间：中国纺织

作者：白山

页数：326

字数：298000

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>

## <<开家赚钱的小超市>>

### 内容概要

本书是专为超市经理、主管人员、门店店长精心准备的超市日常运营与规范管理实务手册。书中借鉴沃尔玛、家乐福、联华等国内外一流超市的成功经验，针对超市如何选址、如何进行商品定价、如何进行员工管理以及如何实施顾客服务管理等超市经营者所关心的内容进行了系统分析、归纳和总结，并在此基础上总结出了超市成功运作的窍门与技巧。

## <<开家赚钱的小超市>>

### 书籍目录

#### 第一章 规划

- 一、超市市场定位
- 二、超市商圈选择
- 三、超市地址选择
- 四、超市开店流程
- 五、超市经营策略
- 六、超市经营数据分析
- 七、超市目标设定
- 八、超市经济规模分析
- 九、超市投资计划
- 十、超市资金运作计划
- 十一、超市投资收益评估
- 十二、超市市场追踪与调查

#### 第二章 设计

- 一、超市招牌设计
- 二、超市天花板设计
- 三、超市壁面设计
- 四、超市地板设计
- 五、超市货架设计
- 六、超市色调设计
- 七、超市照明设计
- 八、超市声像设计
- 九、超市气味设计
- 十、超市通道设计
- 十一、超市橱窗设计
- 十二、超市出入口设计

#### 第三章 定价

- 一、超市商品定价策略
- 二、超市成本导向定价
- 三、超市需求导向定价
- 四、超市竞争导向定价
- 五、超市心理导向定价
- 六、超市折扣导向定价
- 七、需求差异导向定价

#### 第四章 商品

- 一、超市商品类别
- 二、超市商品结构
- 三、超市商品结构优化
- 四、超市商品品质管理
- 五、超市商品团购管理
- 六、超市商品竞争策略
- 七、超市商品陈列原则

.....

#### 第五章 财务

#### 第六章 人员

<<开家赚钱的小超市>>

- 第七章 促销
- 第八章 设备
- 第九章 采购
- 第十章 盘点
- 第十一章 仓储
- 第十二章 卫生
- 第十三章 安全

## &lt;&lt;开家赚钱的小超市&gt;&gt;

## 章节摘录

七、超市促销活动分类 企业促销活动的表现形式令人眼花缭乱，促销方案设计人员必须依据企业的自身状况以及市场营销环境制订，结合各种促销活动的方式方法，设计出有针对性和差异性的促销方案，提高促销成功率。

促销活动的分类方法很多，以下为几种常见的分类方法：1.按作用效果分类 超市促销是整个连锁超市企业营销活动过程中的一个环节或一个方面，在这个过程中的不同阶段或不同层面，促销所扮演的角色和所起的作用不尽相同，据此可将促销活动划分为两大类别。

## (1) 产品入市促销。

新产品入市通常要通过使用促销工具来解决消费者认知、尝试购买使用这两个障碍，常规的促销形式有样品派送、赠购、限期优惠等。

## (2) 巩固重复购买促销。

根据意大利社会学家帕累托的80/20营销法则，保持品牌忠诚者的重复购买率的重要武器之一，就是合适的、持续的促销活动，如消费者跟踪、优惠折扣、新产品或新服务优先试用、累积积分奖励等。

2.按沟通方式分类 按沟通方式，促销活动可划分为以下两大类：(1)单向沟通式。

如特价、优惠券促销、赠品促销、POP促销等。

## (2) 双向沟通式。

如意见征询、有奖答题、现场促销等。

促销活动应有清晰的传播主题，在实施过程中应该提供充分的机会和引导，使消费者主动参与。

3.按促销时间长短分类 (1) 长期促销活动。

这类活动进行的时间多在1个月以上，其主要着眼点是希望塑造本店的差异优势，增加顾客对本店的偏爱程度，以确保顾客长期来店购物，不至于流失到其他店。

这类促销活动的常见做法有：将门店的打烊时间从原定的22:00延至24:00；备有停车场，供顾客免费停车，或顾客购物达到一定金额即可免费停车；设立快速通关收银台。

凡购物在5种商品以下的顾客，均可在此收银台结账，以节省收银时间；21:00以后，面包和生鱼片一律8折；凡购物满一定金额（如800元以上）的顾客，可享受免费送货到家服务；水果、肉品、鲜鱼实行面对面的直接销售方式，以满足顾客适量购买的要求。

## (2) 短期促销活动。

这类活动的主要目的是希望在有限的期间内（通常是1~7天），借助具有特定诉求主题的活动来提高来客数和客单价，从而达到预期的营业目标。

常见的做法有：庆祝中秋节，中秋节期间，百项商品超低价供应；生鲜4日游，周一至周四，生鲜商品超低价轻松带回家；“剪便宜”折扣券活动，6月28日至30日，凭折扣券每人购买×××商品1箱，优惠×××元；5元大特卖，开业期间（7月8日至9日），凡购物达×××元者，加5元即可购得×××可乐、×××牙膏、×××沙拉油（每人限购2瓶）；免费赠送100名早客活动，5月6日当天最早光临本店的100名早客，只要购物满×××元，即免费赠送×××洗衣粉袋、×××洗发精瓶，只限前100名，送完为止。

4.按实施活动的诉求主题分类 (1) 开业促销活动。

开业促销是促销活动中最重要的一种，因为它只有一次，而且它是与潜在顾客第一次接触的活动，顾客对超市的商品、价格、服务、气氛等所留下的印象将会深深影响其日后是否再度光临的意愿。因此，企业经营者对开业促销活动无不战战兢兢、全力以赴，都希望图个好彩头。

通常，企业开业当天的业绩可达到平时业绩的5倍左右。

## (2) 周年店庆促销活动。

周年店庆促销是仅次于开业促销的重要活动，因为每年只有一次。

周年店庆促销期间，商品供应商大多会给予较优惠的条件，以配合企业的促销。

因此，如果规划良好，周年店庆的促销业绩往往可达到平时业绩的1.5~2倍。

5.从营销学角度来分类 促销方式从市场营销学的角度来划分，大体有人员促销、广告促销、特种促

## <<开家赚钱的小超市>>

销、公共关系促销、企业形象促销五种。

### (1) 人员促销。

人员促销是通过推销员口头宣传, 说服顾客, 实现商品销售的一种直接促销方式。

人员促销的特点是推销员与顾客能进行双向沟通, 其促销效果与促销人员的推销技巧密切相关。

对于实施开架销售的企业来说, 店员一般不必主动地进行人员促销, 这样做反而会影响顾客的自主选购。

然而店员也必须向顾客提供必要的帮助和指导, 并适当地与顾客进行友好的交谈, 即要求店员以服务与沟通为手段来达到促销的目的。

### (2) 广告促销。

广告促销是运用各种广告媒体向消费者传递消费信息以促销的一种直接促销方式。

广告促销的特点: 企业单方面向消费者传递信息, 属单向沟通, 所以称为“拉”的策略。

广告媒体有: 电视、电台、报纸、杂志、招牌、看板、路牌、招贴、交通工具、灯光、橱窗、包装、店内POP、EI宣传或店内广播、演示、可视幕墙、电脑网络、红布条、宣传单、海报、DM等。

规模较大的连锁超市可以考虑采用四大广告媒体, 但对规模较小的连锁超市来说最常用的广告媒体是: 宣传单、招牌、看板、灯光、海报、红布条等。

以促销主题来划分可分为以下四种: 开业促销常用的媒体是: 报纸、宣传单、电台、交通工具、户外红布条、海报、POP、店内广播、新闻稿。

年庆促销常用的媒体是: 报纸、宣传单、DM、海报、红布条、POP、店内广播。

例行性促销常用的媒体是: 宣传单、DM、海报、红布条、店内广播。

竞争性促销所用媒体与例行性促销相同。

### (3) 销售促进。

也称营业推广, 是一种直接用利益来刺激消费需求的辅助性、临时性的促销方式。

特点是见效快, 但运用不当也会产生负效应, 会使顾客怀疑商品质量、价格的真实性, 降低商品的身价。

销售促进是超市最重要的促销方式, 其具体的方法多种多样, 但不管选择何种方法都应考虑以下四个问题: 刺激的规模。

即确定促销预算, 并估算该促销预算应有多少新增的销售量来弥补才能保本。

参加者的条件。

即确定享受促销优惠的对象, 如只对送回瓶盖的顾客赠以奖品。

促销信息的传播途径。

即如何将促销信息传达到促销对象, 如放在包装内, 在超市里或店外分发, 邮寄或附在广告媒体上。

促销时间。

即不能太短也不能太长。

### (4) 公共关系促销。

公共关系促销是通过超市的公共关系活动使超市与社会各界建立良好的理解、友谊和支持关系, 从而以其知名度、美誉度来带动商品销售的一种间接促销方式。

特点是超市与社会建立双向沟通, 并注重卖场的长远利益。

主要方法有以下四种: 利用各种传播媒体和传播方式(如人际传播和大众传播), 扩大其知名度, 让社会了解超市。

开展联谊、庆典及咨询活动, 加强与社会各界的联系。

积极参与社会公益事业及其他社会活动, 为卖场创造良好的社会环境, 获得社会的赞誉。

培养教育员工塑造良好的自身形象, 建立企业与职工之间的良好的情感。

### (5) 企业形象促销。

企业形象促销是利用企业所确立的、经社会公众认识和评价的理念系统、视觉系统和行为系统来促进商品销售的一种间接促销方式。

特点与公共关系促销相类似, 这两种促销方式往往是融为一体的。

## <<开家赚钱的小超市>>

企业形象促销的目的在于建立企业的差异优势，尤其注重文化价值。  
对连锁超市来说，企业形象的标准化更具有特殊的意义，如大大节省设计费用，让顾客享受标准化的服务，增强顾客对企业的信心等。

P153-156

<<开家赚钱的小超市>>

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>