

<<家乐福零售方法>>

图书基本信息

书名：<<家乐福零售方法>>

13位ISBN编号：9787545406160

10位ISBN编号：7545406168

出版时间：2010-10

出版时间：广东经济

作者：王东萍

页数：170

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>

<<家乐福零售方法>>

内容概要

零售行业历来都是竞争最为激烈的行业。

如何寻求有效的零售运营管理方法，提升核心竞争力成为众多本土零售企业的唯一选择，而向超级零售巨头学习仍是当前有效且不可缺少的途径。

作为世界上最国际化的零售企业、中国最大外资零售商，在中国市场取得巨大成功的家乐福是国内零售连锁企业认真学习的榜样。

本书以20多万字的篇幅，向读者详细介绍了这家跨国超市企业从开业筹划到内部运营管理的一系列实务手法，尤其是在业态定律、核心模式、门店选址与规划、卖场布局与管理、采购与供应链、商品陈列与防损管理、生鲜品质体系、价格与营销策略、员工与服务管理等方面独到的零售经营管理方法

。

<<家乐福零售方法>>

书籍目录

第1章 标准化的核心理念 营造快乐购物体验 四大经营定律 科学的组织管理 跨国连锁经营 本地化战略
第2章 标准化的业态模式 大卖场 折扣店 超市 便利店和现购自运店 多业态并存利弊
第3章 标准化的门店规划 商圈选择标准 店址选择标准 科学的卖场布局 合理的商品布局 浓烈的购物氛围 个性鲜明的招牌 抓住有车族的心
第4章 标准化的供应链管理 全球采购体系 贯彻一致的采购哲学 采购操作规范 通畅的采购流程 精挑细选供应商 严格考核并监控供应商 物流信息系统建设 形成“利益共同体”
第5章 标准化的商品管理 全过程商品管理 精心陈列商品 有效防损增加利润 生鲜类食品管理方法 品质控制体系
第6章 标准化的服务管理 让投诉者变成忠实顾客 玩转大宗购物 绝对“零干扰”服务 放下包袱去购物 三色价格标签的妙用 贴心的服务型卖场
第7章 标准化的价格管理 低价渗透，切入“中国大蛋糕” 降低成本，实现超低价格 组合定价：“名品低价”的错觉 弹性定价体系 心理定价策略 发展自有品牌
第8章 标准化的促销管理 极富魅力的主题促销 DM促销，无声胜有声 特价无罪，促销有“礼” 大规模的广告促销 免费试吃或试用
第9章 标准化的员工管理 招聘并录用优秀人才 全面的培训体系 家乐福森严的制度 采购员的“魔鬼辞典” 高薪福利留住好员工 给员工最大晋升机会
ETP：家乐福的“西点军校” 参考文献 后记

<<家乐福零售方法>>

章节摘录

“开心购物家乐福”是家乐福大卖场提出的一个口号，这个口号生动地体现了家乐福的经营宗旨和服务态度，那就是追求完美，使顾客满意，让顾客将购物活动当作一种快乐的体验。

家乐福巧妙地运用价格策略、促销方式等营销因素，提供人性化的细节服务，使乏味的购买任务变成了令人愉悦的购物经历，为顾客营造了快乐的购物体验，让顾客可以在现代的大卖场中享受到他们所追求的购物乐趣。

在经营过程中，家乐福着力从以下三个方面来营造快乐的购物体验：热销+低价，不只是吸引家乐福在卖场商品的选择上，充分对比了品类的深度和广度，优先考虑市场上受欢迎的热销商品，并时时监测商品的销售状况，缩小销路不佳商品的货架空间，撤换销售状况不能明显改善的商品。

这样，家乐福的大卖场里大多都是畅销的商品。

热销商品加上低价格，自然能够给顾客带来更强的购物冲动，增加顾客购买的兴致。

家乐福的定价策略是将顾客经常购买、对通常价格比较了解的商品价格调低，而在低价促销时提供的深度折扣，也常常显著低于其他对手的一般价格。

此举树立起家乐福在消费者心目中的低价形象，使顾客觉得每次在家乐福都得到了最大限度的折扣和优惠，产生心理满足感。

另外，家乐福每周，甚至每天促销的商品都在变换，通过采购快讯、门面广告、卖场内的POP，以及用醒目的字体标注的价格标签来提示消费者促销中的商品种类和时限，使顾客常常产生意外的惊喜。

走在大卖场中，堆头、端架陈列的商品都生动诱人，新产品、促销商品、推荐商品等标志清晰，往往让顾客产生一种寻宝般的兴奋与冲动。

而在结账环节，收据提示顾客：今天你又节省了多少元。

顾客走出大卖场前，家乐福还经常出其不意地举行赠品换领与抽奖活动，趁热打铁地增加顾客的收获感。

<<家乐福零售方法>>

后记

《家乐福零售方法》在写作过程时查阅、参考了与家乐福有关的报纸杂志文章、资料及图书作品，从中借鉴了许多对本书写作非常有价值的观点及案例，因此，可以说《家乐福零售方法》一书是众人智慧的结晶。

然而，由于《家乐福零售方法》查阅的资料来源过于广泛，及时间仓促等原因，部分文献资料未能（正确）注明来源及联系该文献资料的版权拥有者并向其支付稿酬，我们衷心地希望相关版权拥有者见到本声明后及时与我们取得联系，我们都将按国家有关规定向版权拥有者支付稿酬。

在此，深深表示歉意与感谢。

同时，由于作者水平有限，《家乐福零售方法》一书内容难免有不足之处，诚请广大读者及家乐福研究专家与学者指正。

另外，感谢柯琼芳、陶昌浪、黎祥龙、王德亮、文光波、黄成亮、邓强、卢东秀、李振球、符树雄、廖小霞、黄秋兰、黄友成、卢灵友、吉梅英、李其彦、吉雄、刘一龙、李尾安、柳国才、王瑞根、吉秀卫、杨谋深、陈立、梁国洁、邓悦林、梁康祥、林德华、刘锦桂、黄伟山等人参与编写此书并付出的辛勤劳动。

<<家乐福零售方法>>

编辑推荐

《家乐福零售方法》是解密连锁标杆企业丛书之一。

<<家乐福零售方法>>

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>