

<<零售业营销>>

图书基本信息

书名：<<零售业营销>>

13位ISBN编号：9787800016325

10位ISBN编号：7800016323

出版时间：1996-01

出版时间：企业管理出版社

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>

<<零售业营销>>

内容概要

简介

进入九十年代以来,我国的零售业发展迅猛,竞争日趋激烈;同时,消费者也愈趋成熟,对零售店商品和服务的要求也愈来愈高。

面对这一现实,零售

业者也都更加重视了改善经营观念、学习营销技巧的工作,并已在竞争中不断实践着各种各样的营销方法。

但纵观几年来我国零售业的营销表现,较之我国的生产型行业而言,基本上还停留在较低层次的店堂环境改善、价格促销上,没能综合、专业的运用现代市场营销的基本思想和方法。

鉴于此,本书从零售消费者分析、市场细分

及定位、零售营销企划、营销组合策略、开店计划、形象企划等各个方面,系统阐述了零售业实践营销的各种方法,并举出大量中外同业案例以示佐证。

本书主要是供我国零售业的各级营销人员阅读,同时也可作为大学商学和市场营销等专业师生的教学参考书和专业教材。

<<零售业营销>>

书籍目录

目录

第一章 零售业概况

1.1 零售业特征

1.2 零售进程

1.3 西方零售业概况

1.4 西方零售业的营销运作现状

1.5 我国的零售业

1.6 我国零售业的十大趋势

第二章 零售业市场营销

2.1 零售业市场营销环境的变化

2.2 我国零售营销面临的问题

2.3 我国零售营销发展对策

2.4 零售业的目标市场策略

2.5 零售业的营销战略规划

2.6 90年代零售业的生存要点

第三章 零售消费者分析

3.1 顾客需求与购买动机

3.2 购买行为分析

3.3 消费者的商店选择

3.4 店内购买行为

第四章 零售营销企划

4.1 营销企划的目的与作用

4.2 营销企划系统的设计

4.3 营销企划的制定

第五章 市场调查与选址

5.1 开店计划

5.2 开店市场调查

5.3 商圈分析

5.4 选址

5.5 经营中的市场调查

第六章 零售市场细分及营销定位

6.1 顾客细分的必要性及其依据

6.2 确定目标顾客

6.3 营销定位

第七章 零售店开店计划

7.1 开店计划概要

7.2 开店计划的基本考虑事项

7.3 开店实施的计划

7.4 营业发展计划

第八章 店面设计与商品陈列

8.1 设计便于进入的店

8.2 店内布局

8.3 便于购买的店 商品陈列技巧

8.4 陈列设备和用具

第九章 商品策略

<<零售业营销>>

- 9.1商品计划
- 9.2商品构成
- 9.3零售店商品分类
- 9.4商品组合和商品群
- 第十章 服务策略
 - 10.1零售服务的概念及分类
 - 10.2服务策略的企划
 - 10.3零售服务技巧
 - 10.4顾客报怨的处理
- 专论：顾客抱怨处理实务
- 第十一章 价格策略
 - 11.1影响零售价格的因素
 - 11.2价格政策
 - 11.3基本价格策略
 - 11.4订价技巧与价格调整
- 第十二章 促销策略
 - 12.1零售促销的综合措施
 - 12.2促销目标
 - 12.3广告策略
 - 12.4POP广告
 - 12.5公共关系与销售促进
 - 12.6人员推销
 - 12.7促销策略要领
- 第十三章 形象策略
 - 13.1零售企业形象面面观
 - 13.2零售企业形象的塑造和提升
 - 13.3零售企业的CIS
 - 13.4零售企业CIS企划实务
- 第十四章 销售管理
 - 14.1全新的销售管理
 - 14.2销售计划和销售预测
 - 14.3销售配额分析
 - 14.4商品采购和商品管理
- 第十五章 中小零售店的营销策略
 - 15.1中小零售店的特点及面临的形势
 - 15.2适应需要全面服务
 - 15.3时间控制
 - 15.4锐意创新
 - 15.5便利店的营销策略
- 第十六章 超级市场的营销策略
 - 16.1概述
 - 16.2国外超级市场的特点及营销策略
 - 16.3超级市场的服务管理
 - 16.4我国的超级市场的历史与发展策略
- 第十七章 连锁店的营销策略
 - 17.1连锁店概论
 - 17.2连锁店的营销策略

<<零售业营销>>

17.3连锁店的管理

17.4我国连锁店的发展历史及营销策略

第十八章 零售组织设计与人事管理

18.1零售企业的组织设计

18.2人员的招募与培训

第十九章 零售营销案例选

案例一：北京燕莎友谊商城

案例二：长河友谊商店的商品策略

案例三：武汉黄鹤大厦的营销策略

案例四：王府井百华大楼的市场细分策略

案例五：沃尔玛特的经营策略

专论：妇女时装店的营销管理实务

附录：商店营销管理自检表

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>