

<<图解商业营销管理>>

图书基本信息

书名：<<图解商业营销管理>>

13位ISBN编号：9787806760888

10位ISBN编号：7806760881

出版时间：2002-1

出版时间：文汇出版社

作者：服部吉伸

页数：204

字数：130000

译者：焦必芳

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>

<<图解商业营销管理>>

内容概要

所谓商业营销管理，是流通业展开的市场营销，其范围非常广泛，从制造、物流、采购、陈列到利润目标管理等。

本书用通俗易懂的方法，着眼于大竞争时代的新颖管理理念，对形成畅销店铺的体系予以综合介绍和分析。

<<图解商业营销管理>>

作者简介

[日]服部吉伸，1946年生于京都府。

（株式会社）日本经营研究中心董事长、总经理。

从事以流通、服务业为主体的咨询业务。

其内容涉及经营诊断、战略确立、经营计划、方针管理、新事业开发、经营管理、系统设计、全面质量管理等。

主要著作有《流通业中破坏的构图》、

<<图解商业营销管理>>

书籍目录

第一章 零售业经营与商业营销管理 1.流通业进入了“大竞争时代” 2.流通企业的经营发生了变化
3.适应大竞争时代生存需要的经营战略 4.规制缓和与大竞争 5.成功的关键是顾客的定位与使命
6.MD究竟是什么 7.关注区位优势的变化 8.打破经验法则的连锁店经营理论 9.从流通业看对土地的理解
10.物流的合理化是最重要的课题 11.零售业经营的其他基本要点第二章 商业营销管理的基本知识
1.关于店铺的构成 2.何为顾客心目中的便利商店 3.这才是商品分类的基础 4.一个有竞争力商场的商品分类方法
5.商场布局的思路 6.MD是如何有区别地称呼商品的 7.即使店内价格也有好几个种类 8.从顾客角度看价格设定
9.不要忘“目标是利润” 10.提高销售额的顾客管理方法 11.将流通的一切都搞得清清楚楚的MD指标
12.恰到好处地进行订货的方法 13.关于商品的质量 14.有关流通业的法律知识第三章 切实地展开商业营销管理
1.按步骤推进是走向高水平经营的捷径 2.确立商店的理念 3.确立群的概念 4.设定群的备货范围
5.有效地扩大与缩小商场面积的方法 6.对应排除的商品引进作出决定 7.如何对新商品引进作出决定
8.商场位置设定的重要性 9.单品出样数设定的思路 10.对货架端点部位陈列商品的设定 11.以周为单位制定季节计划
12.设定价格 13.零售业萧条时的预算编制法 14.决定交易条件时的思想准备 15.用计算机登记商品
16.顺利地转换季节 17.畅销商品的把握以及与之相对应的方法 18.发现滞销商品及其处理的方法
19.按不同门店加以指导及提出建议的方法 20.MD在“反省”中获得进步第四章 店内工作.....第五章 手段与资料的灵活使用第六章 业态与商业营销管理

<<图解商业营销管理>>

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>