

<<大话零售江湖>>

图书基本信息

书名：<<大话零售江湖>>

13位ISBN编号：9787509008546

10位ISBN编号：7509008549

出版时间：2012-8

出版时间：当代世界出版社

作者：余杰奇

页数：144

字数：150000

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>

## &lt;&lt;大话零售江湖&gt;&gt;

## 前言

零售业是国民经济发展的晴雨表，也是近年来中国发展最快、最具生机的行业。几乎我们每个人都能感受到中国零售业这种翻天覆地的变化，并因这种变化使得自己的生活品质得到提升。

中国零售业发展至今日，已成为一个相对成熟的行业。

如今零售市场的竞争日趋激烈，尤其是随着信息产业的快速发展和普及，零售资讯的交流变得越来越容易，消费者可以轻易地通过互联网，找到任何感兴趣的商品信息，并能够轻松地进行网上交易，这无疑给零售业的从业人员带来了更大的挑战和压力。

零售江湖丛书就是基于目前零售行业现状，充分分析了中国零售消费市场的实际状况，并结合作者多年的智慧经验，以解决零售行业管理实际问题为导向，围绕门店管理和卖场中的人所应具备的素质、技能两个方面展开论述。

论述深入浅出，通俗易懂，同时书中还穿插了大量实例和漫画，使内容能够更加生动形象。

本系列丛书共四本，不仅可以作为零售业从业员的实践指导工具，而且也可以作为零售门店内部的培训教材，同时也是大、中专毕业生进行职业化训练与学习的辅导用书。

《大话零售江湖》分析了中国零售业发展脉络，并从门店建设、商品、销售、服务与门店发展五项核心技能入手，并配以实用的操作工具，有效提升了零售终端人员专业素质。

《零售江湖之店长》从细节入手，阐述了店长应具备的各项能力，同时列举了大量实例，生动形象地让读者全面了解店长工作的各个方面，为店长的工作指明了方向。

《零售江湖之门店》从门店的选址布局、卖场形象、货品管理、人员管理、业绩管理、顾客管理、促销管理等方面展开，详述了门店管理技巧，是专门为门店经营者精心准备的实用手册。

《零售江湖之导购》主要阐述了导购应具备的各项能力，包括心态管理、服务实战、岗位能力素质、销售实战演练、顾客投诉应对、商品陈列、店务处理等，使得读者能够全面、完整地理解导购工作，是一本实用性很强的导购人员从业指导用书。

特别值得一提的是，本系列丛书通过以下的特点，增强了丛书的可读性及可借鉴性。

1. 针对性，实用性 丛书从中国终端零售业的实际出发，理论与实际相结合，管理理念与经典案例相结合，语言通俗易懂，易于大众接受。

本套丛书的各章节都设置了情景化的互动内容，贴近零售终端一线人员的工作实际，具有指导性、趣味性和实用性。

2. 讲求知识的系统性 丛书以培养应用型人才为目标，以“做中学、做中教”为理念，围绕门店的日常运营、管理以及门店业绩提升等要素展开，力求提供一个解决店铺运作环节中各种问题的系统化方案。

这将有利于零售业从业员，在了解自身情况的基础上，有针对性地进行训练，各项能力得到迅速提高。

3. 体例活泼，图文并茂 丛书中包含“案例链接”、“行家点评”、“实战演练”等栏目，并配有漫画图片和有趣的成语故事，使栏目更加丰富多彩，避免理论论述的枯燥乏味，可读性、实用性强。

本套丛书在编写过程中得到众多专家、学者的支持与帮助，在此向他们表示衷心的感谢！

由于零售业领域的管理在国内尚处于探索阶段，本套丛书的推出旨在解行业之急需，仓促中缺点和不足在所难免，欢迎广大读者提出宝贵意见和建议。

余杰奇 2012年7月

## <<大话零售江湖>>

### 内容概要

零售业是国民经济发展的晴雨表，也是近年来中国发展最快、最具生机的行业。

几乎每个人都能感受到中国零售业的这种翻天覆地的变化，因为这种变化和我们生活品质的提升息息相关。

余杰奇所著的《大话零售江湖(首都职工素质建设工程专版教材)》分析了中国零售业发展脉络，从门店建设、商品、销售、服务与门店发展五

项核心技能入手，并配以实用的操作工具，能有效地提升零售终端人员专业素质。

通过阅读学习《大话零售江湖(首都职工素质建设工程专版教材)

》，可以把握中国零售业发展脉络，迅速掌握门店发展的核心技能，运用适合的方法不断地提升门店业绩。

<<大话零售江湖>>

作者简介

余杰奇

国家注册高级人力资源管理师，劳动和社会保障部国家注册企业培训师认证班导师，国内著名连锁经营、终端培训管理专家和咨询顾问终端，标准化体系构建咨询项目权威专家。

守正管理咨询创始人，广州守正企业管理咨询公司总经理。

## <<大话零售江湖>>

### 书籍目录

#### 第1章 零售江湖

- 一、中国零售业的江湖现状
- 二、零售业的经营种类
- 三、消费者观念发生变化
- 四、中国零售门店存在的问题
- 五、中国零售门店的发展趋势

#### 第2章 地利人和

- 一、接“地气”、聚“人气”、旺“财气”
- 二、巧花心思，避开选址重重误区
- 三、街边铺PK商场店：合适才是最好的
- 四、群雄争霸：话说行业选址

#### 第3章 画龙点睛

- 一、江湖色彩：橱窗文化
- 二、橱窗会抓住顾客的眼睛
- 三、提升门店“卖相”的妙招
- 四、橱窗设计的注意事项

#### 第4章 错落有致

- 一、别样江湖：门店装饰设计
- 二、陈列营销：让顾客体验奇妙的感受
- 三、江湖俏佳人：商品货位布置

#### 第5章 步步为营

- 一、顾客至上，独步江湖的营销秘笈
- 二、靠细节维护和管理好老客户
- 三、化险为夷：门店的危机处理与顾客异议处理

#### 第6章 精打细算

- 一、收银管理
- 二、现金流管理
- 三、账务与报表

#### 第7章 人事风云

- 一、成功销售员工的素质要求
- 二、员工的绩效考核
- 三、员工培训
- 四、门店的人事管理制度

#### 第8章 江湖历练

- 一、门店名称设计的原则
- 二、品牌江湖
- 三、品牌的长期、可持续发展
- 四、外资零售企业案例分析

## 章节摘录

第1章 零售江湖 一、中国零售业的江湖现状 中国零售业具有悠久的发展历史，宋朝张择端的《清明上河图》就为我们展现了中国古代零售门店的全貌。

但是，在中华人民共和国成立后的40年里，中国零售业没有发生本质的变化。

商品的极度短缺使零售业长期处于从属地位，制造业生产什么，零售业就卖什么，既不需要研究市场，也不存在行业竞争，大多为小型化的业种型门店和单一化的百货商店业态。

直到20世纪90年代之后，经济体制改革的不断深入，终于触及了零售业这个最后的堡垒，中国零售业从此进入发展与变革的时代，从20世纪90年代中期至今近十几年的时间里爆发了西方世界上百年时间发生的变革，其变化之大、速度之快，让人始料不及。

陈旧简陋的百货店变成了富丽堂皇的现代百货商场；狭小灰暗的副食店、粮店被光鲜明亮的连锁超市取代；专业店、仓储店、便利店等新型零售业态也纷纷涌现。

中国零售业幸运地赶上了难得的机遇，十几年走完了西方商业发展100多年所走过的历程。

1. 中国零售门店发展环境指标 反映零售业态发展经济环境的指标有许多种，主要有：国内生产总值、恩格尔系数、电冰箱拥有率、小汽车拥有率、住房面积等。

(1)国内生产总值 国内生产总值(简称GDP)，是指在一定时期内(一个季度或一年)，一个国家或地区的经济中所生产出的全部最终产品和劳务的价值，被公认为是衡量一个国家或地区经济状况最重要的一个指标。

它不但可以反映一个国家的经济表现，还可以反映一国的国力与财富。

2012年1月，国家统计局公布2011年我国重要经济数据，其中GDP增长9.2%。

我国1981年开始人均国内生产总值为489元，到2011年已经达到28000元，人均国内生产总值超过了4000美元。

这表明中国消费水平已经从量的增加发展到质的提高阶段，零售门店发展从满足日常生活的温饱阶段进入小康阶段。

(2)恩格尔系数 它是指用于食物支出的金额占消费总支出金额之比。

据联合国规定，恩格尔系数在59%以上属贫困型消费结构，51%—59%属温饱型消费结构，41%—50%属小康型消费结构，21%—40%属富裕型消费结构，20%以下属极富裕型消费结构。

20世纪80年代初，中国城镇消费结构还是温饱型，在之后的十几年里，消费结构状态一直徘徊在温饱型，直到90年代中期才发展为小康型消费结构。

在随后的十几年间中国经济发生了巨大的变化，21世纪的中国城镇消费结构已经进入到富裕型。

(3)冰箱拥有率 每百户冰箱拥有率，既反映人们生活水平状况，又反映人们对食品消费量与质的需求状态。

因此，对以经营食品为主的零售业态关系极大。

(4)小轿车拥有率 绝大多数新型零售业态都位于城郊或城乡交界处，其发展与小汽车的家庭普及率密切相关。

从整体看，中国家庭轿车的普及率还不高，但是，在一些大中城市发展速度极快，以北京为例，2011年北京轿车的保有量突破了500万辆。

轿车的普及将直接影响着门店业态的选择和发展。

2. 主要门店类型面临的环境条件 任何一种零售业态都是一定历史环境的产物。

有些零售业态之所以顺利发展，有些则受到严重的阻碍，一个重要的原因，是我们还不具备这一零售业态生存和发展的条件。

(1)百货商店 人均国民生产总值低于1000美元，是传统百货占主导地位的时期；高于1000美元时，是精品百货店占主导地位的时期。

1999年中国人均国民生产总值为780美元，2000年为800多美元，2011年接近4500美元。

这表明从整体上中国百货商店已经具备了精品百货商店生存和发展的条件。

(2)超级市场 根据西方发达国家的历史经验，超级市场生存的条件是：人均国内生产总值1000美元以上(大发展期应超过2000美元)，恩格尔系数50%以下(发展期应低于45%)，电冰箱普及率在50%以上

, 百户拥有小汽车30辆以上。

(3)便利商店 便利商店产生的条件是人均国民收入3000美元, 快速发展期是人均国民收入5000—6000美元时d (4)仓储商店 仓储商店产生和发展的条件大体是人均国民收入10000美元左右, 起步时期至少应在5000美元以上, 大发展时期应在10000美元左右, 汽车普及率达到90%以上。

在中国仍不具备仓储商店大发展的条件, 至多算是起步期。

3. 中国零售门店的发展 零售业态是零售企业为满足不同的消费需求而形成的不同营业形态, 零售业态的差异化是消费者对该企业形成偏好的重要因素之一, 同时也表明一个国家或地区的零售业发展水平。

(1)零售业态结构的变化 随着中国消费总量和结构的变化, 零售业态种类不断增加, 形成了业态竞争多元化的局面。

1980—1995年的15年里, 全国零售百强基本是被百货商店和副食品商店包揽。

从1995年开始, 中国零售百强的业态结构开始发生变化, 1999年超市公司取代百货商店, 占据了全国零售百强的第一位。

目前, 在中国零售百强排行榜中已经涉及了大型综合超市、百货店、标准超市、便利店、专业店、折扣店、会员店等各种零售业态。

(2)百货商店和超级市场的换位 1976年美国几位学者提出了零售生命周期理论, 他们认为, 零售业态像生物一样, 有自己的生命周期, 分为革新、发展、成熟和衰落四个阶段。

P1-3

## <<大话零售江湖>>

### 编辑推荐

余杰奇所著的《大话零售江湖(首都职工素质建设工程专版教材)》从中国终端零售业的实际出发，理论与实际相结合，管理理念与经典案例相结合，语言通俗易懂，易于大众接受。

本书分析了中国零售业发展脉络，并从门店建设、商品、销售、服务与门店发展五项核心技能入手，并配以实用的操作工具，有效提升了零售终端人员专业素质。

本书不仅可以作为零售业从业员的实践指导工具，而且也可以作为零售门店内部的培训教材，同时也是大、中专毕业生进行职业化训练与学习的辅导用书。



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>