

《订货专家》

图书基本信息

书名：《订货专家》

13位ISBN编号：9787302301080

10位ISBN编号：7302301085

出版时间：2013-2-1

出版社：清华大学出版社

作者：于有为

页数：172

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《订货专家》

内容概要

实用的服饰企业订货管理工具，打造高利润的服装终端店铺！

看了就能用，照着做你就会玩转货品！

一本专门针对经销商的订货秘籍

10余位资深服饰企业老总、总代联合推荐

140张图表，形象阐释订货奥秘

经上万家加盟商、店铺实战检验，业绩提升30%以上

想象一下订货不利的情景，缺货，利润缺失！库存，利润消失！

卖场订货不是一场赌博，而是一套依照科学原理测算的全方位掌控！

当前，国内鞋服行业从粗放管理向精耕细作转型，科学订货、降低库存是每个鞋服公司发展的必然趋势。订好货、定准货则仓库变金库，反之失败的货品管理会让钱变成货，因此科学订货、管货是当今鞋服经销商盈利的核心竞争力。

本书是专门针对鞋服经销商开发的专业货品管理书籍，从科学订货的观念、订货前准备、订货总量计算、订货任务分解、订货流程及管理、订货后期的立体管理6个方面展开阐述，实战、实用、系统，能够科学地引导鞋服行业的货品管理，提高企业绩效。

《订货专家》

作者简介

于有为

鞋服业著名商品数据专家

中国连锁经营协会商品专家

百胜软件商业数据管理顾问

时代光华北大纵横商品专业顾问

曾任多家国际鞋服品牌销售骨干，实战经验丰富，常年服务于国内众多鞋服上市公司，从事商品管控工作，专业方向为商品管理、数据分析，核心研究课题为“稳准狠的订货技巧”、“快进快销商品运作”及“数字化库存控制管理”。

交流信箱：uvyu@sina.com

官方微博：新浪微博 - 于有为

书籍目录

目 录

第一章 为什么要学订货

1

一、为什么要推行科学订货

3

(一) 解决新品上货，充分保证货源

3

(二) 订货制对公司管理具有牵引性

4

(三) 订货的有效推广可提升零售商利润

4

(四) 降低采购谈判成本与货品运输成本，提高效率

4

二、什么是买手，谁能成为买手

5

(一) 谁是终端买手

6

(二) 买手订货的四大误区

9

(三) 成功的经销商也一定是一个成功的买手

11

三、订货的8种表现

13

(一) 每款平均型

14

(二) 盲目订货型

15

(三) 自我喜好型

15

(四) 追求“爆款”型

15

(五) 跟风型

16

(六) 推卸责任型

17

(七) 指手画脚型

17

(八) 代言人型

18

第二章 不打无准备之仗——订货前的准备

19

一、精准订货的5R技巧

19

(一) 合适的数量

20

(二) 合适的质量(结构、款式)

21

(三) 合适的时间

22

(四) 合适的价格

22

(五) 合适的店铺

23

二、买手自身修炼

23

(一) 准确把握当地市场

23

(二) 前瞻宏观流行趋势

27

(三) 选款技巧保持准确

30

(四) 冲量商品下单果敢

33

三、历史数据的参考

34

(一) 去年同期的商品构成

34

(二) 根据历史数据确定今年的商品构成

36

四、稳准狠的订货技巧

37

(一) 稳 科学数据规划

37

(二) 准 站在顾客角度看问题

38

(三) 狠 畅销款果断下单

38

第三章 订货总量及盈亏平衡计算

41

一、订货总量确定

41

(一) 营业计划的制订

41

(二) 商品计划的制订

45

(三) 订货计划的计算

48

(四) 订货总量的确定

50

二、常用营业目标计算方法

53

(一) 平米平效法

53

(二) 天真预测法

56

(三) 平均平效和单店平效

57	
(四) 季节销售指数法	
59	
三、销售分析与预测	
64	
(一) 销售指标分解	
65	
(二) 销售分析	
65	
(三) 销售预测	
66	
四、新店铺目标如何预算	
67	
(一) 选店铺的4个关键点	
68	
(二) 根据店铺盈亏平衡表计算	
68	
五、盈亏平衡计算	
69	
(一) 营销赢利与否的因素分析	
69	
(二) 如何衡量目标的赢利与否	
69	
第四章 订货任务分解	
73	
一、商品结构——商品的宽度与深度分析	
73	
(一) 订什么货：品类结构分解	
74	
(二) 订多少款：商品宽度分解	
79	
(三) 如何投放：商品波段分解	
84	
(四) 下单有多深：商品深度分解	
88	
(五) 怎么组合：商品系列组合	
92	
二、商品内容分析	
94	
(一) 款式分析	
94	
(二) 尺码分析	
96	
(三) 颜色分析	
97	
(四) 材质分析	
99	
(五) 价格分析	
100	

三、商品季节——商品的季节分割

101

(一) 如何投放——商品波段分解

102

(二) 销售季节的划分

106

(三) 商品季节性分配

107

四、店铺SKU的测算

108

(一) 测算店铺SKU

109

(二) 宽度与深度

109

(三) 服装订货宽度与店铺陈列SKU数关系

110

(四) 店铺陈列的SKU数和陈列量

110

(五) 标准店铺的订货SKU数

110

(六) 计算SKU的意义

111

第五章 赢在会场——订货流程与管理

115

一、先观后选——浏览全盘货品

115

(一) 横向组合的了解——主题风格、色彩、系列

116

(二) 纵向组合的了解——色系、数量

119

二、海选目标款式

121

(一) 以单款选择为基准

121

(二) 选择模特试穿对比

122

(三) 卖点分析

123

(四) 考虑自身所处市场

124

三、确定中心商品

124

(一) 中心商品、中心颜色

124

(二) 非中心商品

125

(三) 确定季节销售主题

125

(四) 参照历史数据分析

126	
(五) 确定商品功能划分	127
四、确定搭配组合	129
(一) 中心款+中心款	129
(二) 中心款+非中心款	130
(三) 商品搭配组合注意点	130
五、调整数量金额	130
(一) 对照商品计划调整	130
(二) 考虑季节陈列主题	132
第六章 订货后期立体管理	135
一、货品不但要订更要推	135
(一) 产品订量分析	135
(二) 销售推介	136
(三) 陈列配合	138
二、在销商品的控制	145
(一) 商品周转率	145
(二) 商品售罄率	149
(三) 商品交叉比例	151
三、货品后期追加补货	152
(一) 商品追加补充的两种方式	153
(二) 补货动态管理参考数据	154
(三) 期中检讨	155
(四) 期末检讨	156
后记	161

章节摘录

版权页： 插图： （五）跟风型 跟风型，顾名思义是指订货人对服装敏感度比较差，看别人怎么订就跟着学，完全不考虑自己店铺的实际情况。笔者曾在为许多公司进行订货会培训时，常见到一些经销商特别爱打听关于货品的问题，例如“你定了哪些款式？”“定了多少数量？”“你们那里这款好卖不好卖？”“你们当地的流行趋势是什么？”等等。不容否认，正常的市场信息交流能够使经销商更多地了解中国大市场的状况，但是经销商应当冷静看待市场，不能盲目追风、照搬其他区域的产品销售结构。中国的市场存在明确的地域差异及城乡多元化等问题。问题点：不考虑自己店铺的实际情况跟着别人订货，会造成别人多订的货品都卖光了，自己的却剩下来。订货专家箴言：订单是依照自己的店铺来订的，下订单的时候千万不要盲目地去参考别人，因为你在给自己的店订货，不同地区，文化、生活习惯存在差别。在同样的城市不同的地区，顾客都有可能存在不同的购买取向，所以订货的时候一定要根据自己的情况、市场、店铺来订。

《订货专家》

编辑推荐

《订货专家:从入门到精通的买手订货技巧》是专门针对鞋服经销商开发的专业货品管理书籍，从科学订货的观念、订货前准备、订货总量计算、订货任务分解、订货流程及管理、订货后期的立体管理6个方面展开阐述，实战、实用、系统，能够科学地引导鞋服行业的货品管理，提高企业绩效。

《订货专家》

名人推荐

《订货专家》务实高效，以解决订货实际问题为导向，特别是于老师简单高效的订货理念和清晰的逻辑思路在书中得到了充分体现，为我们科学订货提供良好的启发。——探路者户外用品董事长 盛发强先生 顺畅的现金周转源自快速的货品运转，而快速的货品运转需从科学的订货开始，《订货专家》是一本针对业内经销商的参考书，相信能使更多人受益。——ABC婴童用品公司总裁 周建永先生 于老师在书中所倡导的科学订货理论及计算公式是店铺订货的必备技能，本书是经销商货品管理的锐利武器，终端太需要这本书了，我们也一直很期待。——红蜻蜓集团人力资源副总监 金丽女士 于老师的商品管理课程逻辑清晰、案例完备，但愿书中科学的数据能辅助各位服装经销商订够货、订准货。——百盛软件营销副总裁 潘永焕先生 《订货专家》专为经销商高效订货准备，本书在科学理论的基础上，用系统的方法、丰富的案例，深入浅出地讲述了如何有效订货，是每个店铺值得阅读并收藏的专业工具书。——北京金羽杰服装有限公司副总经理 龙平敬先生 于老师的《订货专家》是一本专门针对服装经销商的终端订货秘籍，为我们终端科学订货提供了系统的理论依据和科学的实用工具。——欧时力女装优秀总代（正佳商贸）柯君瑶女士 于老师的商品采买及数据专业课程，思路清晰，讲解生动，实用性强，为我们提升货品管理起到了良好的指导作用，也希望更多人从中受益。——暇步士男装优秀代理商（鼎龙服饰）陈韬女士

《订货专家》

精彩短评

- 1、服装类入门 5星，实际操作性 5性，概念性4性，
- 2、很多东西很基础但很实用，看完会继续评论
- 3、快递很快，稍微过了一下内容，貌似还不错
- 4、买了两本，这本书还未看，大致翻了一下，觉得很棒，
- 5、很有帮助，谢谢写书的老师
- 6、入门级，比冷芸写的那本要差些。
- 7、一个公式， $Value/Width=Depth$
- 8、听了于有为的课，介绍了这本书，于是买了，里面有不少指导方法，但还未深入学习
- 9、描述生动，结合例子和图表分析，值得看下
- 10、这种事儿真的只能实操
- 11、好吧，又一本烂书。
- 12、真的写得很烂啊.....我说文笔，还有逻辑...空泛，在某天无聊的时候逼自己看了两个小时，实在读不下去了.....好后悔浪费了时间
- 13、just so so的一本书

1、序国内服装产业经过30年的飞速发展，已从过去的供不应求到现在的供大于求，品牌竞争也从过去国内品牌之间的竞争到现在国内品牌与国际品牌的竞争。在市场飞速发展过后，特别是当今市场疲软的环境下，和许多从事服装行业的朋友谈起时，大家最关心的话题不再是店铺开得多不多，是库存压力大不大，甚至曾有人估算过，当前的服装库存足够全中国人穿两年。库存不是一夜之间突然形成的，而是进、销、补、存、甩等环节日积月累的结果，库存一旦形成再去管理往往晚矣，所以要解决库存的问题不是做一两次促销活动扬汤止沸即可，而应该从采购源头抓起方可釜底抽薪！我在负责销售时，面对库存和销售压力需要时刻做调整对策，无论是店铺顾问式销售还是数字化陈列，发现大部分的调整和激励措施都是针对滞销品，因为畅销品都是断货根本就不愁卖，那么如何提高订货命中率是我一直在思考的问题。试想如果用80%的精力订货，订到畅销品，后期销售只需20%的精力就可以了；但如果用20%的精力来订货，因为准备不充分，可能会订到滞销品，所以后期销售需要花80%的精力才能卖掉，这就是商品采购的另外一种“80 20”法则。科学的订货固然和买手临场发挥有关，但之前的系统准备必不可少，一般精准的订货首先依赖于系统的准备和完善的商品体系。科学精准的订货是商品运作体系的核心源头，但关于科学订货的认识则是仁者见仁，智者见智。有人认为买手的眼光艺术性重要，有人认为买手的数据技术性重要，在两点之间，我也徘徊了很长时间，但在不断的实践和摸索中逐渐找到了最佳结合点。如果将一盘好的货品比喻为一桌好的饭菜原料，要想炒得好，首先，厨师的手艺非常重要；其次，餐馆的菜谱也是非常重要的。如果仅仅依靠厨师的手艺，一旦厨师流失则饭菜无法复制，而如果一个餐馆有了一个标准、规范的菜谱，每个人都按照标准菜谱操作，做出来的菜基本都是符合口味的。那么如果你是一家餐馆的老板，是靠厨师手艺生存，还是靠餐馆的秘方生存呢？其实，一宗好的商品采购也是如此，铁打的营盘流水的兵，既要靠买手的眼光，更要靠系统的数据技术，前者好比是厨师的手艺，后者好比是餐馆的秘方，两者相辅相成，三成靠艺术，七成靠技术，所以我将买手订货总结为三大“心法”和六大“刀法”，试图做到买手艺术与技术的完美结合。在学习工作过程中，我发现讲述商品买手的书籍虽多，但针对代理商及零售商订货的实用操作性书籍却是空白，自己也因此走了许多弯路，于是，我将经过自己消化的理论结合实践案例进行了融合升华，写成此书，希望后来者能够有更好的坦途。当然罗马不是一日建成的，在我的订货思路和方法成熟的过程中，也借鉴了许多商品专业前辈的经验，正是因为有了他们经年的铺垫才有了这个行业的发展和本书的精髓，我是在他们的指引下前进的，也希望自己能够为年轻人点亮一盏明灯，让后来者能够更加顺利地前进！因为平时授课和顾问工作较多，撰写工作也是见缝插针，从筹划到定稿近一年，在此非常感谢我的合伙人提供的大量数据和资料，也非常感谢我的夫人和女儿给予的默默支持，还要感谢曾经与我合作过的伙伴给予我的赞许，希望本书对各位提高订货技术不无裨益！正如乔布斯先生说的，“活着就是为了改变世界”，我也希望自己多年来关于订货技术及商品运作的心得体会能够与诸君分享，让各位朋友真正赚到钱而不是赚到货！

章节试读

1、《订货专家》的笔记-第1页

5RFABE销售法，E指让消费者亲自去感受更为恰当

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：www.tushu000.com