

《新编门市经营管理必备制度与表格》

图书基本信息

书名：《新编门市经营管理必备制度与表格》

13位ISBN编号：9787801972811

10位ISBN编号：7801972813

出版时间：2005-10

出版社：企业管理出版社

作者：刘晓征

页数：307

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

《新编门市经营管理必备制度与表格》

内容概要

当今商业门市林立，越来越多的人进入到了自己当老板的角色。然而，激烈的竞争让我们不得不更加重视门市本身的经营管理。《新编门市经营管理必备制度与表格》为了使您的经营管理有理有据、眉目清晰、行之有效，进而提升门市业绩，我们设身处地为您量身订做了这本具有很强操作性和实施性的手册。《新编门市经营管理必备制度与表格》内容务实、全面，其中所有的制度与表格是多年来门市经营管理工作的总结和提炼，并经过市场实践的成功经验所得；是立志开店赢利的读者和正在开店的店主难得的门市经营管理实用工具书，让你用最少的资金得到最大的收益。

《新编门市经营管理必备制度与表格》

书籍目录

第1章 新门市筹备管理制度与表格
1.1 新店开设要领
1.2 商业圈的分片情况分析
1.3 商业网点布局程序
1.4 商业网点布局应考虑的因素
1.5 店铺选址诊断书
1.6 申请营业执照必备的条件和材料
1.7 店铺筹备事项及物品
1.8 店铺筹备计划表
1.9 开店筹备作业进度表
1.10 商圈分析考虑因素一览表
1.11 店铺选址的市场调查表
1.12 店铺选址情况分析表
1.13 店铺位置选择注意问题表
1.14 店址评价表
1.15 店铺情报检查表
1.16 商店坐落区域计算与比较方案表
1.17 店铺投资计划概算表
1.18 新开店铺所需资金计算表
1.19 店铺投资主计划表
1.20 竞争商店比较表
1.21 开店作业程序图
1.22 店铺建设流程图
1.23 确定目标市场程序图
第2章 门市外观设计管理制度与表格
2.1 导入CI的步骤
2.2 店铺设计的一般原则
2.3 店铺店名设计的原则
2.4 店铺的招牌及类型
2.5 店铺招牌设计原则及效果
2.6 店铺店标的构成
2.7 商店店标设计的原则
2.8 店铺正面设计原则
2.9 店铺出入口及通道设计原则
2.10 店铺外观诊断书
2.11 店铺设计诊断书
2.12 橱窗艺术性的两大模式
2.13 橱窗布置的原则
2.14 店铺CIS工作原则
2.15 橱窗陈列工作程序表
2.16 橱窗陈列的类型比较表
2.17 三种商店外观的比较表
2.18 商店外观设计评价与改进计划表
2.19 CI系统组织内容图
第3章 门市内部设计与布置管理制度与表格
3.1 店铺内部布局的原则
3.2 店铺内部布局的类型
3.3 店铺室内装潢设计原则
3.4 店铺内部照明原则
3.5 店铺空间色彩设计的原则
3.6 店铺内部色彩、照明诊断书
3.7 店铺声音设计与气味控制的原则
3.8 店铺内部空调设计原则
3.9 商品陈列原则
3.10 商品陈列方法
3.11 商店陈列诊断书
3.12 店铺购物环境设计原则
3.13 店铺硬件调查表
3.14 商店内部环境评估与改进计划表
3.15 商店布局设计范例——一方格形布局
3.16 商店布局设计范例——跑道式布局
3.17 商店布局设计范例——自由格式布局
第4章 门市商品选择与采购管理制度与表格
4.1 商品分类的基本原则
4.2 商品采购的原则
4.3 商品配置表的制作要领
4.4 商品配置表的制作程序
4.5 商品配置表的变更或修正程序
4.6 不同商品生命周期表
4.7 同类商品生命周期示意图
4.8 商店中磁石商品类型划分表
4.9 商品供应商优势比较表
4.10 供应厂商鉴定评价表
4.11 商品供应商统计表
4.12 商品采购计划表
4.13 商品预算计划表
4.14 采购单
4.15 采购状况日报表
4.16 店铺领货单
4.17 进货签收单
4.18 进货日记表
4.19 采购汇总卡
4.20 采购基本资料卡
4.21 商品资料卡
4.22 采购商品缺陷月报表
4.23 商品采购情况检测表
4.24 已销商品进销差价计算表
4.25 商品配置表
4.26 新商品引进流程示意图
第5章 门市商品价格管理制度与表格
5.1 零售定价策略
5.2 理解价值定价法
5.3 店铺价格带选择原则
5.4 提高商品价格策略的原则
5.5 零售价格管理方法
5.6 定价方案的利润方程式
5.7 成本定价法计算表
5.8 竞争定价选择依据表
5.9 商品价格分析表
5.10 商品定价分析表
5.11 商品售价计算表
5.12 商品售价表
5.13 商品平均加价率统计表
5.14 主力商品平均加价率统计表
5.15 同类商品分等级加价率分析比较表
5.16 同类商品在竞争商店中价格分析比较表
5.17 商品调价通知单
5.18 商店价格策略实施情况检测表
5.19 改进商品定价策略对策表
5.20 商品售价调整表
第6章 门市商品促销管理制度与表格
6.1 促销原则
6.2 促销方案的制订要点
6.3 广告设计原则和媒体策略实行书
6.4 促销信息吸引顾客的形式
6.5 会员制促销的种类
6.6 零售营业推广方法
6.7 商店对外宣传运营手册
6.8 商店宣传管理规定范本
6.9 促销商品记录表
6.10 指示牌促销效果分析表
6.11 销售时点广告(POP)促销效果分析表
6.12 广告费用分析表
6.13 促销成本分析表
6.14 促销的销售效果测定表
6.15 促销跟踪表
6.16 促销活动成果汇总表
6.17 商店促销活动检讨表
6.18 广告实施流程图
6.19 POP广告的种类、目的、制作者示意图
第7章 门市经营调查情况管理制度与表格
7.1 客流量及顾客构成分析报告范例
7.2 商店顾客意识调查表
7.3 顾客访问的原则
7.4 商品淘汰作业要点
7.5 与竞争店比较表
7.6 顾客构成调查表
7.7 顾客流量调查表
7.8 顾客购买行为调查表
7.9 顾客购买动向调查报告表
7.10 顾客询问内容记录表
7.11 消费者情况分析表
7.12 畅销商品调查表
7.13 滞销商品处理表
7.14 商品构成分析表
7.15 商品构成改善计划表
7.16 商店商品评价与改进计划表
7.17 每月商品排行榜
7.18 商品管理月报表
7.19 经营者自我检查评价表
7.20 影响销售决策的因素表
7.21 影响销售额的因素调查表
7.22 访问式市场调查流程图
第8章 门市客服质量管理制度与表格
8.1 商店销售服务接待标准范例
8.2 商店销售服务注意问题
8.3 提高营业员的服务质量方法
8.4 提高营业员的服务水平方法
8.5 提高营业员服务能力的九个方法
8.6 经营人员必须掌握的消费者心理
8.7 营业员成功的七大要素
8.8 优秀营业员成功经验
8.9 商品退换工作的原则
8.10 收银错误的处理技巧
8.11 结算时收银服务技巧表
8.12 影响服务水平的顾客服务项目一览表
8.13 顾客投诉或抱怨登记表
8.14 顾客抱怨意见处理报告表(一)
8.15 顾客抱怨意见处理报告表(二)
8.16 顾客投诉处理程序表
8.17 售货员发生问题处理通知表
8.18 售货员服务质量日报表
8.19 柜组服务质量日报表
8.20 售货员服务质量月报表
8.21 柜组服务质量月报表
8.22 店铺服务质量月报表
8.23 顾客服务分类图
第9章 门市财务管理制度与表格
9.1 商店财务管理五大原则
9.2 商店经费成本控制要点
9.3 盘点责任区域分配表
9.4 盘点单
9.5 月份损益表
9.6 商店每月固定费用计算表
9.7 商品流通费用表
9.8 偏差

《新编门市经营管理必备制度与表格》

报告表9.9 损耗登记表9.10 单品毛利分析表9.11 商店每月销售额变化分析表9.12 商品别周转率统计表9.13 商品交叉比率分析表9.14 账簿启用及交接表9.15 商店日记账9.16 商店分类账9.17 成本计算表9.18 零用金报销流程图9.19 坏品的处理流程图9.20 商店业绩构成相关要素图9.21 会计作业流程图9.22 过账系统流程图9.23 传票作业流程图第10章 门市人员管理制度与表格10.1 商店员工雇用的规定10.2 如何对营业员进行有效管理10.3 营业员工作培训的九大内容10.4 脱产教育培训10.5 不脱产教育培训10.6 员工出勤规定10.7 营业员交接班前的四件大事10.8 激励员工的方法10.9 批评员工的原则10.10 门市人员奖金制度范例10.11 门市员工工资及福利的规定10.12 员工培训计划表10.13 员工培训成绩记录表10.14 店长每日工作内容一览表10.15 员工仪容规定范例表10.16 商店员工形象评价与改进计划表10.17 员工考勤表10.18 员工招聘流程图10.19 员工管理程序图10.20 人员素质测评工作程序图

《新编门市经营管理必备制度与表格》

章节摘录

商业网点的设置是极重要的。不同行业的商店，在网点布局上既有共同的要求，也有不同的要求。共同的要求就是指有利于顾客方便购物，扩大商店的影响，有利于企业本身供货，覆盖市场；不同的要求就是指固定消费与流动消费，交通条件，网点集中与否，服务内容，营业时间长短的区别。但总而言之，所有的商业网点布局都应考虑到以下几个因素：

- 1．顾客的数量和质量。给网点划定商圈，了解其基本圈、次要圈和边际圈内的居民或特定目标公众的数量和收入程度、职业分布，以及邻近农村地区顾客数量和收入水平，通过这些情况的了解，可以对顾客的数量和质量有较为准确的认识。
- 2．商店所在地区或街道的实际情况。商店所在的地区或街道的客流量的多少，客流的状态、方向、速度，客流的目的以及本店的吸收量。在网点布局时，必须首先作市场调查、客流调查，以保证网点具有较好的经济效益。
- 3．交通状况。在设置商业网点时，必须考虑网点与车站的距离，道路状况，车站的性质，交通连结状况，搬运状况，上下车旅客的数量和质量等。
- 4．附近状况。商店周围有无市场、娱乐街，是公司集结区或是机关集中区，还是居民区，这些状况都将影响商店的客流以及商店的经营。
- 5：竞争关系。详细了解竞争对手的状况，有利于商店采取有针对性的战略策略。商业网点需了解的竞争对手的状况包括：竞争者的商业形式、位置、规模、营业额、营业方针、经营商品、服务对象的阶层等。
- 6．网点所处地区的基础设施、装备。这里面又包括道路设施状况、水电、煤气等的供给状况等。对以上这些因素，在设立商业网点之前，必须进行详尽的调查研究，以便掌握所有可能对网点产生有利或不利影响的因素。同时，在考虑这些因素时，必须以发展的眼光来看，不仅要研究现状，还要正确地预测未来。因为网点所在地区的情况时刻都在变化，交通条件在改善，竞争也在不断地变化，周围环境更是在不断变化和发展。所以要用发展的眼光来进行商业网点的布局。
-

《新编门市经营管理必备制度与表格》

编辑推荐

《新编门市经营管理必备制度与表格》从您的角度出发，针对门市经营过程中所遇到的各种实际问题，比如：门市如何选址？门市如何装修设计更吸引顾客？商品是如何定价的？门市人员是怎样管理的等问题，收集和整理了最新最实用的门市管理制度与表格，来帮助您解决这些实际问题，从而，让您在筹划和经营过程中感受到它的实用性、方便性和快捷性。

《新编门市经营管理必备制度与表格》

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