

《家乐福》

图书基本信息

书名：《家乐福》

13位ISBN编号：9787505852792

10位ISBN编号：7505852795

出版时间：2006-1

出版社：经济科学出版社

作者：陈广

页数：370

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

《家乐福》

内容概要

零售行业历来都是竞争最为激烈的行业。如何寻求有效的零售运营管理方法，提升核心竞争力成为了众多本土零售企业的惟一选择，而向超级零售巨头学习仍是当前有效且不可缺少的途径。

将近两年的时间内，家乐福依然在中国快速发展。到目前为止，家乐福在中国已经有64家分店，其规模仍在不断扩大中。

《家乐福标准化营运管理》以明晰的脉络，简洁的文字讲述了家乐福店址选择、卖场设计、商品陈列、自有品牌管理、生鲜管理以及防损管理和采购管理、顾客服务管理，这些都是家乐福核心竞争力的有力保障，特别是家乐福“卖场设计和生鲜管理”是业内众所周知的强项，这也是家乐福在中国展开与沃尔玛竞争的资本。本书还配以大量图片和培训幻灯片，能给读者带来全方位的视觉感受。

作为世界零售行业的第二巨头“家乐福”，有人称它为“卖场专家”，在中国发展的几年来，家乐福在中国的销售份额几乎是沃尔玛在中国的两倍。家乐福则是大卖场的首创者，并以快速的海外扩张致胜。本书从家乐福大卖场、冠军店、折扣店的管理细节和执行入手，向读者剖析一个标准化运营管理下的家乐福，一个创造出世界第二奇迹的家乐福！

《家乐福》

书籍目录

1 家乐福自有品牌 关键词点击 自有品牌历程 自有品牌开发 自有品牌管理 链接1：家乐福全部自有品牌统计 链接2：零售商自有品牌开发概览 专题：超市如何开发自有品牌 案例：沃尔玛的自有品牌策略2 家乐福生鲜管理 关键词点击 生鲜食品采购 生鲜食品陈列 生鲜损耗控制 生鲜库存管理 生鲜品质体系 链接：家乐福生鲜质量与卫生保证 专题1：超市生鲜采购六大定价策略 专题2：超市生鲜主管的岗位职责3 宛朐福防损系统 关键词点击 全员防损 防损设备 专题1：超市损耗的主要原因 专题2：防损员的岗位职责4 家乐福供应商管控 关键词点击 供应商选择 供应商考核 供应商控制 ECR管理模式 链接1：家乐福部分进场场一览表 链接2：供应商该如何接近家乐福 专题：供应商管理的原则和内容5 家乐福促销方式 关键词点击 主题促销 DM促销.....6 家乐福商品陈列7 家乐福价格策略8 家乐福员工培训9 家乐福全球采购10 家乐福顾客服务11 家乐福大卖场12 冠军店&折扣店附录一：家乐福各业态品牌一览附录二：家乐福店铺统计数据声明

章节摘录

书摘生鲜损耗控制 “损耗”一词在超市经营中被频繁使用，但却理解各异。就生鲜经营而言，可以将损耗概括为正常损耗和非正常损耗两类。前者是指在生鲜经营管理的各个作业环节所引起的损失，后者则指由于未及时变价、员工或顾客偷窃、磅称错误、良品谎报弃品等所造成的损耗。在本章中所讲的生鲜损耗指的是前者。众所周知，损耗在超市生鲜经营过程中极易发生，在加工、销售、退货环节都有损耗，而且损耗率往往超过30%。因此，如不能够有效抑制损耗，就会直接侵蚀超市的纯利润，所以生鲜经营部门有时也被视为成本控制部门。生鲜损耗的控制涉及超市管理的许多方面，需要保安防损、储运和各有关管理部门共同协作，从采购、订货、验收、搬运到储存、加工、陈列，等等，一系列的细节都必须很严格地执行，否则就会带来很大程度上的损耗，降低企业利润。家乐福的生鲜损耗控制是从整个管理体系上入手，寻找改进管理的办法。下面从生鲜损耗发生的各个环节来分析家乐福的损耗控制体系。

采购损耗控制 采购是形成生鲜损耗的第一个环节，如果采购了不符合超市要求的商品或者采购的品种不符合销售季节而导致滞销，都会造成损耗。为了从采购环节严格控制生鲜的损耗，家乐福对生鲜的供应商往往要求极其严格。家乐福往往针对不同商品对供应商的配给时间给予不同的要求，以保证商品的准时配送。比如，对于生鲜食品、饮料及烘制品等，为了保证其鲜度及使用期限，在不能有过多库存的前提下，要求供应商在开店前送达店内，以满足顾客的需求。供应商能否提供符合家乐福经营理念的商品也是非常重要的，商品良好品质是家乐福的信誉。在家乐福超市中的上万种商品中，超过50%的品种是对人体健康直接产生影响的食物，因此，家乐福有专门的质检部门对厂商提供的商品予以严格的检查，包括外观、保质期、标示内容都须符合规定。此外，生鲜食品等还须有卫生检验合格的证明，否则，一律不能进场销售。 P68-69

《家乐福》

媒体关注与评论

书评家乐福大卖场、冠军店、折扣店的管理细节与执行，《家乐福超市攻略》之后又一力作，更全面，更深入！资深行业顾问多年研究成果首次公开，101张幻灯片与培训讲义，精选解读全球超市巨头！

《家乐福》

编辑推荐

家乐福大卖场、冠军店、折扣店的管理细节与执行，《家乐福超市攻略》之后又一力作，更全面，更深入！资深行业顾问多年研究成果首次公开，101张幻灯片与培训讲义，精选解读全球超市巨头！

《家乐福》

精彩短评

- 1、给别人带的，不知道怎么样
- 2、一搬
- 3、非常喜欢家乐福超市，看了书名想学习一下。看完后感觉像一本学生考试笔记，都是条条杠杠，从网络上七拼八凑抄袭而成，与国外的这类书籍相差太远。难怪卓越网不想进货，真的非常令人失望。
- 4、很一般，很多内容重复，纸质也不好！
- 5、希望能借此提高使用水平
- 6、详细介绍家乐福的运营方法，可作为超市经营的知道书籍
- 7、没有标准化就没有管理！没有流程就不是管理的科学！
- 8、家乐福的管理及宣传推广都有挺多值得学习的地方
- 9、正在读，不错，，，，，

1、进入零售业的微利时代,商业资本的优势让步于金融资本,激烈的卖方市场导致价格决定成本,零售业的巨头何去何从?当超市卖场运营管理渐入生活的必需之中,当超市卖场不能以市场占有率,"800磅的大猩猩"的垄断模式获得利润之时,是什么决定着行业的龙头地位? 竞争进入了白热化的阶段,只有在细微之处见宇宙,在标准化运营的联合下,龙头企业把握着行业的发展动向和前进速度. 家乐福当之无愧. 无论何时步入,总是给近乎狂热的购买人群所感染,俨然店家和购物者的狂欢节.干净利落的商品陈列.加上法国国旗红白蓝的搭配,激情而非购买气氛的营造登峰造极.将感性的体会以浪漫而狂热的方式嵌入购买者,留下理性的细致分析和运营,在标准化运营的管理手法下,在全球打开867家大卖场,2403家超市,4985家折扣店,2834家便利店(2005年3月数据)的庞大阵势. 家乐福作为零售业的运营之细致超出了我等的掌握范围,从自有品牌,生鲜管理,防损系统,供应商管控,价格策略,员工培训,全球采购,顾客服务诸多方面入手,正如所有零售企业的大卖场和超市所共享,但无论在任何一方面,却也难以如此细致,符合大量调查数据和消费者心理学的角度上大规模开展.POP广告,POS系统管理,电子防盗系统(EAS),DM促销已是任何超市的必需,但其后的细枝末节又有何人晓!试问POS系统管理的十一大功能又有多少超市完全运用? 可以管窥carrefour的声势浩大和看似相似实则望之项背的众多企业!中国在10年前开放零售产业一举,无穷的市场从此开始大面积暴露.国内零售企业几乎在起跑线上开始这场近乎没有保护的斗争之中.十年的长足发展,中国企业走了多远?在没有国际化电器零售业竞争的环境下,国美黄光裕以短短几年膨胀式发展坐上了福布斯富豪榜的第一把交椅,会不会产生一个没有carrefour,Walmark进入的假设?零售业的微利时代在中国会不会来到的如此快而成熟?中国经济的差距怕不止是贫富差距,更是市场成熟程度的巨大差距! 可以肯定而期望的是,我们正处于一个进步之大可以触感的到的时代. 2007,3,31 11:00am 尚有十本书在案头

章节试读

1、《家乐福》的笔记-第175页

许多大企业的公共关系名单中，少不了一群在企业感兴趣的业务范围里很有影响力的权威人士，他们被尊称为顾问、专家，不仅学识丰富，而且新闻媒体往往征询并发表他们对企业的意见和。他们需要了解企业，企业更应该主动解释他们，并保持密切联系，主动提供企业信息。

2、《家乐福》的笔记-第75页

以猪肉为例。家乐福有一个品质体系的小组，这个小组的专业人员会经常到供应商的生产基地进行考察，检查其对产品质量的管理。家乐福会对养猪的整个生产过程进行控制，包括：

饲料、兽药使用完整记录，可追溯可控制；

全程监控，定期抽检；全程用水定期检验；

全程无氨、废物处理合理，达到排放标准；

不使用激素或任何促生长素；

饲料中无抗生素；

不使用预防性药物，在屠宰前两个月禁止使用药物；

种猪、配种、产仔、育肥等，在同一猪场完成；

所有生猪有记号有档案，个体可识别；

还包括动物福利的保护。

另外，家乐福还会要求供应商保护周围的环境，诸如工厂的周围没有垃圾，对废水的处理等。

《家乐福》

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