

<<7-ELEVEN零售圣经>>

图书基本信息

书名：<<7-ELEVEN零售圣经>>

13位ISBN编号：9787030160126

10位ISBN编号：7030160126

出版时间：2005-9

出版时间：科学出版社

作者：绪方知行

页数：180

译者：刘锦秀

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>

## <<7-ELEVEN零售圣经>>

### 前言

不论是在体坛还是在商界，没有基本的体力和认知就没有应用的技巧。

如果一个人总是把大家认为理所当然的事，或者明知不需特别技巧的，只要想做就可以做的基本认知都等闲视之的话，绝对无法挑战更高难度的考验。

经营就是应付一切的变化，所以经营者一定要具备扎实的基本认知。

7-ELEVEN创业三十年来，每一周都会在东京总公司举行全体会议。

对这多达一千三百次的会议，我印象最深刻的就是每一次我都会苦口婆心、反复告诉大家基本认知的重要性。

虽然我反复叮嘱，但是现实中的7-ELEVEN仍然做得不够完美。

毕竟知易行难，想与做之间是有落差的。

但是要在大竞争的时代里出类拔萃，惟有永不妥协和追求绝对的完美。

## <<7-ELEVEN零售圣经>>

### 内容概要

近年来，日本的7-eleven已成为日本流通业中的首席企业，曾经在2003年他就实现了高达1600亿日元的利润，在流通业界无人能出其右，在产业界亦是屈指可数的高收益企业。

本书提出了从心理学角度出发的零售方式，分别从经商的基本原则、抓住顾客的心、一切从相信开始、热情带动人等四个章节进行介绍，指出零售商要完成成功的零售活动，就要在商品齐全、鲜度管理、清洁维护和亲切服务上下功夫，注重单品管理，提升自我的信用度。

本书适合企业经营者，致力于提高企业利润、勇于创新、实施变革的企业管理者，和经营管理方向的研究人员阅读。

## <<7-ELEVEN零售圣经>>

### 作者简介

铃木敏文，一九三二年生于长野县。

一九五六年毕业于中央大学济系。

毕业后即进入东京出版贩卖公司（即日本东贩）编任编辑，一九六三年进入伊藤荣堂。

一九七三年独排众议，不顾四周反对的声浪创立便利商店7 - ELEVEN；并让7 - ELEVEN成为全日本拥有最高营业额及经营溢利的零售业。

现为伊藤荣堂集团的CEO、日本7 - ELEVEN会长兼CEO。

更以伊藤荣堂会长兼CEO的身份，统率全日本最大的流通集团伊藤荣堂集团。

绪方知行，一九三九年出生于福冈县。

一九六二年毕业于早稻田大学。

曾任「商业界」杂志（商业界出版社所出版的月刊杂志）总编等职。

一九八四年设立Office2020新社股份有限公司，并任《2020AIMBO》《THE店长会议》两杂志主笔。

著有《选顾客！

》（钻石社出版）《两人的流通革命》等书。

## <<7-ELEVEN零售圣经>>

### 书籍目录

第1章 经商的基本原则 便利商店成功四原则 做好不起眼的工作 态度决定胜负 主动，不是强迫的推销 一人犯错，连累全店 极致的新鲜货 从消费者的角度思考 不能让顾客厌烦 质——钱花在刀口上 任何一个数字都是警惕 不要让畅销商品缺货 货色齐全VS库存太多 在竞争中胜出：精准 相对价值和绝对价值 质的提升永无止境 销售额滑落与竞争无关 最重要的是那份心 关键在基础体力 忽视基本原则的后果 削减经费非良策第2章 抓住顾客的心 以心理学思考消费模式 无法以经济学说明 不能依赖过去的经验 仔细假设与验证 以肌肤去感受 不要对天气不关心 资讯的取得和活用 .....第3章 一切从相信开始第4章 热情带动人编者后记

## <<7-ELEVEN零售圣经>>

### 章节摘录

书摘商品齐全、鲜度管理、清洁维护、亲切服务，就是经营便利商店的四个基本原则。

以清洁维护为例，只要是7—ELEVEN的员工，应该没有人不知道这四个字的涵义，但是无法确实执行却是不争的事实。

这一项基本原则做不到，却想借其他的手段让顾客上门是不可能的事。

清洁维护是如此，亲切服务、鲜度管理、商品齐全也全都是如此。

另外，关于亲切服务这一点，如果店员的待客方式不能让顾客感觉到发自内心的亲切，期望顾客再次上门是不可能的：把味道不佳、鲜度不够的食物陈列于货架，却希望顾客能大驾光临只是空想而已；顾客想要的商品总是缺货，店员却对顾客说：“请下次再来买吧。”

这种态度是傲慢的表现。

如果一整条大街只有一家便利商店，这家便利商店的生意一定做不久；如果选择在四周住家大都是三餐不济的地区开便利商店，也同样经营不下去。

在便利商店尚没有全面普及的时候，7—ELEVEN的竞争对手不多，“想买东西”的顾客总是穿梭在大街小巷之中。

但现在是个竞争激烈的时代，因为希望顾客光顾的店铺数量增加，比之前有强烈购物欲望的顾客数量增加得还要多。

从另一个角度来看，也就表示，相对于过去的顾客，现在一般顾客的购物欲望都减弱了。

在不变的大环境下，零售业该做的首先就是回归基本面，并贯彻各个基本原则，因为只有回归基本，才能累积业绩。

其实要这么做并不困难，而我们该做的就是商品齐全、鲜度管理、清洁维护、亲切服务，并且更重要的就是实践这四个基本原则。

( P2-3 )

## <<7-ELEVEN零售圣经>>

### 媒体关注与评论

7-eleven是一家全球知名的零售便利连锁店，尤其在日本，它的成功运营已经成为日本、美国以及亚洲各国研究物流、零售、便利店pos系统，甚至于消费心理学的典范案例。

本书出自日本7-eleven创建者，被称为日本零售之王的铃木敏文之手，是我们了解他们成功经验的最直接资料。

由于它是著者心血的结晶，句句直指核心。

全书包括经商的基本原则、抓住顾客的心、一切从相信开始、热情带动人等几个部分，其针对性与实用性都非常强。

商品齐全、鲜度管理、清洁维护、亲切服务，是经营便利商店的四个基本原则。

以客户心理为经营的基础。

提供一个让顾客安心消费的印象和完备的商品政策。

不论做任何事，都要恪守既定规则；如果认为规则有误，就应该提案求变。

## <<7-ELEVEN零售圣经>>

### 编辑推荐

《7-ELEVEN零售圣经》编辑推荐：7-eleven是一家全球知名的零售便利连锁店，尤其在日本，它的成功运营已经成为日本、美国以及亚洲各国研究物流、零售、便利店pos系统，甚至于消费心理学的典型案例。

本书出自日本7-eleven创建者，被称为日本零售之王的铃木敏文之手，是我们了解他们成功经验的最直接资料。

由于它是著者心血的结晶，句句直指核心。

《7-ELEVEN零售圣经》包括经商的基本原则、抓住顾客的心、一切从相信开始、热情带动人等几个部分，其针对性与实用性都非常强。

2003年10月一经出版，即高居东京各大书店排行榜榜首，上市一个月即突破10万册，累计、销售25万册，迅速风靡东南亚。

商品齐全、鲜度管理、清洁维护、亲切服务，是经营便利商店的四个基本原则。

以客户心理为经营的基础。

提供一个让顾客安心消费的印象和完备的商品政策。

不论做任何事，都要恪守既定规则；如果认为规则有误，就应该提案求变。

<<7-ELEVEN零售圣经>>

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>