

<<麦当劳营销>>

图书基本信息

书名：<<麦当劳营销>>

13位ISBN编号：9787501756797

10位ISBN编号：7501756791

出版时间：2003-1

出版时间：中国经济出版社

作者：彭程 武齐

页数：298

字数：160000

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>

<<麦当劳营销>>

内容概要

中国快餐业路在何方?特许经营—全球快餐业巨子麦当劳为我们提供了绝好的学习榜样。

麦当劳创办于1930年,如今已在100多个国家开设了7万多家分店,年营业额数百亿美元,是特许经营模式运用得最成功的全球化品牌之一。

麦当劳制定了一系列制度来保证其特许经营的成功。

如为了保证各分店就餐质量,把操作变为标准化和容易复制的程序;送新加盟者到“汉堡包大学”进行严格的培训;视加盟者为事业伙伴,加盟者的成功将保障麦当劳也成功,等等。

你想进一步了解麦当劳特许经营销售方式的更多成功奥秘吗?请翻开本书。

本书是《强势百年营销丛书》的一本,本套丛书有《迪斯尼营销:销售快乐的成功法则》、《花旗营销:银行营销新时代》、《可口可乐营销:授权生产策略》、《麦当劳营销:特许经营制胜全球》、《马狮营销:关系营销成功典范》、《耐克营销:中间商品牌策略》、《索尼营销:重塑“日本造”的品牌形象》、《微软营销:以“软”胜天下》和《亚马逊营销:挑战传统网络营销典范》。

<<麦当劳营销>>

书籍目录

引言

第一节 快速服务帽起

案例1：麦当劳之父及特许经营商业胜利

第二节 创造新机——成功的关键

案例2：借鸡生蛋

第一章 特许经营商业风暴

第一节 特许连锁经营制度

1. 特许经营特色

2. 麦当劳特许加盟制度

案例3：特许成功双刃剑

3. 特许经营条件

案例4：样板店经营制度

4. 特许严格规范

第二节 标准化复制规范化管理

1. 标准化管理

2. 汉堡包大学培训

3. 国际化经营

案例5：新型特许连锁

4. 统一的经营理念

案例6：麦当劳在日本

第二章 特许经营人本管理

第一节 以人为本的管理模式

案例7：打破旧模式的新总裁

1. 开展知识创新

2. 建立企业内部知识库

3. 设立知识总监

4. 重视开发智力资源

第二节 出色的企业文化营造

1. QSCV理念

案例8：品质狂热

2. 注重员工

案例9：严格要求

3. 员工评估

案例10：人是最宝贵的

4. 重用人才

案例11：竞争对手的失败

5. 成熟的管理阶层

案例12：麦当劳不用天才

第三节 主动竞争非凡营销

1. 目标市场

2. 市场定位

3. 冒险经营

4. 强势营销传播

案例13：麦当劳广告策略

5. 特色营销

<<麦当劳营销>>

案例14：促销各显神通

案例15：谁主天下

第三章 优质服务品牌

第一节 想顾客所想

案例16：不以善小而不为

1. 纯美式服务

2. 微笑服务

3. 互助服务定型化

第二节 完善特许管理制度

1. 细节管理制度

2. 走动管理制

3. 营销计划管理制度

4. 创新的营销管理

第三节 麦当劳超级品牌

1. 品牌文化高品味

2. 争取儿童顾客市场

案例17：吸引儿童

3. 成功经验

4. 特许品牌战略

案例18：麦当劳的品牌价值

第四章 品牌特许全球化

第一节 麦当劳海外扩张

案例19：麦当劳称雄日本

案例20：成功过程挫折难免

第二节 中国特许经营再掀商业风暴

1. 营销战术

2. 经营管理本土化

3. 当地化资源配置战略

案例21：日落计划

4. 中国特许经营

5. 未来在中国投资新战略

6. 特许加盟形式：转让直营店

结束语

<<麦当劳营销>>

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>