

<<订货高手>>

图书基本信息

书名：<<订货高手>>

13位ISBN编号：9787506473729

10位ISBN编号：7506473720

出版时间：2011-4

出版时间：中国纺织出版社

作者：杨大筠

页数：103

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>

## <<订货高手>>

### 内容概要

买手水平的高低直接关系到公司品牌在终端的延伸能力和经营库存问题。买手这个职业需要具备商品企划、统计学、营销管理、商品设计、洞悉流行趋势等素养，更需要进行系统的学习与培训。

杨大筠的《订货高手(时尚买手成功运作模式)》针对买手这个职业的特点，有针对性地加入实战演练，旨在提升中国时尚买手的综合实操能力。

本书分为两大部分：第一部分是介绍买手专业和买手实施阶段。

从把握流行元素开始，到怎样成为优秀的职业买手以及销售与订货的关系，都进行了全面解读。

第二部分对企业订货的技巧及流程、订货的准备工作以及对企业进行买手运营模式的改制等进行了生动形象的描述。

《订货高手(时尚买手成功运作模式)》从表现形式上也突破了以往的章节形式，而变成题目解答式，使读者更加明确自己要了解的内容，可称为中国服饰企业在引入买手型企业运营模式改制时的一本指导性书籍，适合服饰企业老板、代理加盟商、服饰店铺店长及其他从业人员阅读与参考。

## <<订货高手>>

### 作者简介

杨大筠，以思想和眼界改变上千家企业命运，将国际成功盈利模式（SPA）引入并形成符合中国企业特色的管理模式，被誉为“中国时尚管理模式的教父”。

20多年来，为国际品牌LV、耐克、鄂尔多斯、雅戈尔、百丽、安踏、李宁、雪莲、江南布衣及ochirly等著名公司进行品牌及营销战略指导咨询。

先后推出“中国服饰业经营实战/管理实务丛书”、《推动时尚》、《模式的革命》、《时尚营销系列》等经典著作，并成为行业的参考宝典。

2004年，入选“世界经理人成就奖”并获得诺贝尔经济学奖、世界欧元之父罗伯特-蒙代尔先生颁发的时尚业“世界经理人成就奖·未来领袖奖”，与张瑞敏、柳传志等成功经理人并列为行业公认的领军人物。

2009年，获得十佳培训师称号。

## &lt;&lt;订货高手&gt;&gt;

## 书籍目录

- 绪言
- 第一部分“我”是如何诞生的？  
——一个买手的诞生
- 一、成为优秀?职业买手
- 1.企业为什么要选择采购
  - 2.如何把流行元素变成畅销商品
  - 3.指导采购必备的五大基本要素
  - 4.商品采购前对流行行业的全程了解
  - 5.商品采购人员必备的能力
  - 6.商品采购所需的信息资源
  - 7.商品采购的流程
  - 8.商品采购的具体工作内容
  - 9.成功买手的四大基本功
  - 10.采购的专业订单
- 二、从商品动态销售到订货关系的解读
- 11.假如你是专卖店的老板，你将如何考虑商品管理问题
  - 12.经营管理的核心是商品管理
  - 13.商品管理与订货的四个阶段的循环关系
  - 14.糟糕的商品管理是如何影响利润的
  - 15.商品管理关键衡量指标
  - 16.如何进行商品采购预测
  - 17.采购流行资讯预测
  - 18.市场竞争状态预测
  - 19.上季商品销售状态分析
  - 20.商品采购结构计划的拟定示例
  - 21.商品品类计划
  - 22.上货波段计划(有效的订货策略)
- 第二部分 使企业盈利的订货技巧与流程
- 一、订货技巧
- 23.什么是顾客需要的商品
  - 24.如何知道什么是顾客需要的商品
  - 25.商品企划与设计
  - 26.设计企划的重要性
  - 27.如何制定合理的价格回馈
  - 28.商品组合设计与分析
  - 29.订货量的实际计划方式与分析
  - 30.有效订货管理流程及方法
- 二、商品采购基于以往销售信息的把握
- 31.第一步：下季营业目标设定-上季营业状况分析-上季产品销售结构-上季产品库存分析-上季环境综合分析
  - 32.第二步：环境分析与采购预测-当季环境分析-当季商品采购预测
  - 33.第三步：宏观环境-市场环境-企业内部环境风格与生活-产品系列与故事-色彩-材质-品类-配件
- 三、商品采购基于商品结构的把握
- 34.商品结构规划的意义
  - 35.如何做好商品结构规划

## <<订货高手>>

### 四、商品采购的具体工作内容

- 36.分析商品的零售结果
- 37.明确该地区的季度或月度销售目标、具体分销的网络情况以及具体店铺的容量情况
- 38.明确该地区的市场容量
- 39.与零售或经销客户沟通,以获得销售信息
- 40.通过对价格、款式以及存货深度等的调整满足产品的存货平衡
- 41.与行销部门共同规划展示促销活动

### 五、商品订货逻辑思维方式

- 42.公司订货思维分析
- 43.终端零售思维模式分析
- 44.商品的订货分析
- 45.买手型品牌思考的流程
- 46.设计师思考的流程
- 47.零售商产品买手思考的流程

### 六、订货前的准备工作

- 48.提前了解产品线
- 49.分析历史数据

### 七、订货的统计实施工作

- 50.采购额度核定
- 51.终端店铺分级的优点
- 52.店铺分销计划
- 53.拓展计划
- 54.了解商品的基本结构
- 55.产品上市的分配
- 56.订货量的实际计划方式
- 57.订货流程分析
- 58.订货总量分析

## &lt;&lt;订货高手&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：插图：买手是决定当季业绩的重要环节，商品采购的成功与否决定了零售商是否可以赚到钱，满足消费者的需要，扩大品牌的市场占有率。

比如像ZARA等这些快速销售品，从概念搜集到最后形成一个季的产品，从款式的第一次看样到最终订货，整个过程都是和销售人员共同参与的。

国内很多服装公司都把销售人员排除在外，这种做法是极不科学的，因为我们毕竟不是像ARMANI这样著名的品牌，不是在市场中去引导潮流，而是要通过采购与销售人员的协作更好地去满足消费者的需要，只有这样我们的商业品牌才有存在价值。

零售商最核心的追求是利润，利润不完全等于营业额，采购一定要把握好三个因素：第一个因素是库存，我们叫库存指数。

良好的库存控制是零售业经营管理的命脉。

存货的周转速度越快，库存指数越低，经营状况就越好。

第二个因素是平均销售折扣价。

如果进货折扣是五折，四折全卖掉，虽然卖得挺快，但利润肯定不大。

第三个因素就是销售费用。

以上三个指标始终是考量经营成败与否的指标，对利润影响非常大。

买手在订货之前，要把库存控制在计划之内，先设定一个库存指数，如果库存指数控制在5，销售费用控制在2%，平均折扣价就要求九折，利润才会有保障，否则利润不可能存在。

很多公司认为采购的任务就是把货买回来，但是如果库存和销售折扣问题没有办法解决，双赢将不可能存在。

因此采购的重要性包括以下几点：（1）商品采购是商品管理的首要环节。

（2）商品采购的成功与否决定了零售商是否可以赚到钱。

（3）零售商最核心的追求是利润。

（4）存货周转顺利及良好的库存控制，是零售业经营管理的命脉。

## <<订货高手>>

### 编辑推荐

《订货高手:时尚买手成功运作模式》:揭秘深度挖掘市场情报的方法和技巧学会分析流行趋势和时尚信息的方法提升买手理性与感性结合的工作能力把握商品采购计划的流程和执行方法站在买手角度控制库存以提高整体商品销售率抛开个体因素,一个能够看了成千上万的设计作品。

<<订货高手>>

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>