

<<卖场规划与管理>>

图书基本信息

书名：<<卖场规划与管理>>

13位ISBN编号：9787561534861

10位ISBN编号：7561534868

出版时间：2010-5

出版时间：厦门大学出版社

作者：谢致慧

页数：299

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>

## <<卖场规划与管理>>

### 前言

本书初版在去年（2005）问世以来，承蒙学界和业界朋友的抬爱，特此致谢。

今为使技职院校师生，能在较短的学程（尤其是毕业班级），达到良好的教学效果，特将完整版之内容加以缩编成精华版，以符合实际教学需要。

精华版之内容维持完整版四大篇的架构，将原17章之精华调整成13章。

第一篇卖场规划概论，是将“第2章开店的准备条件”及“第4章卖场平面型态与配置机能”去除，仅保留两章在此篇里。

此修改目的，是减少理论性的内容，让学生有充分时间学习技能性的规划制图课程。

希望学生在开学的第1周能尽快了解“卖场规划基本概述”，第2周及第3周能提前学会“卖场规划基本制图能力”与“卖场平面规划绘图步骤”。

第二篇卖场规划与设计，是将“第5章外场规划设计”及“第9章设备器具计划”去除。

而保留原四章。

此修改目的，是将此篇的学习重点聚焦在直接营业卖场的规划设计。

如“店头规划设计”、“店内规划设计”、“卖场动线规划”及支援性功能的“后场行政作业区规划”。

第三篇卖场贩促气氛规划，维持原来四章的主要内容，仅去除“卖场照明计画”中的“第三节光源与灯具的种类”，主要是因为在课堂上没有足够的实习设施，学生无法深入了解到这些照明器具，为避免教学上的困扰，故去除之。

## <<卖场规划与管理>>

### 内容概要

本书以实务及富教育意味的方式，向在校学生及在职人员传达卖场规划与管理的精华，期望读者了解卖场规划与管理的目的与原则，进而学习到技巧与方法，运用于实际卖场经营。

另针对行销流通管理系与企业管理系的零售课程规划，希望提供对授课老师有所帮助的完整教材。

精华版的内容维持完整版四大篇的架构，将原17章之精华调整成13章。

第一篇 卖场规划概论 介绍卖场基本概述、卖场基本制图，让学生充分掌握技能性的规划制图知识。

第二篇 卖场规划与设计 包含店头与店内规划设计、卖场动线规划、后场行政作业区规划，主要聚焦在营业卖场的规划设计。

第三篇 卖场贩促气氛规划 包括卖场色彩、照明计划、商品陈列规划、POP广告运用计划，学习如何以色彩、照明等气氛的诉求，让卖场更活泼、更具亲近性。

第四篇 卖场管理 则以卖场商品管理、卖场服务管理、卖场安全管理为重点进行介绍。

精华版的问世，期能协助读者掌握卖场规划与管理的观念技能与实务应用。

## <<卖场规划与管理>>

### 作者简介

谢致慧

现任：

- 希世达股份有限公司总经理
- 安胜商用冷冻餐饮设备工程公司总经理
- “国立”高雄第一科技大学行销与流通管理系兼任讲师

学历：

- “国立”嘉义大学管理研究所博士班
- 澳洲国立Central Queensland大学企业管理硕士

工作经历：

- 27年零售流通卖场规划施工实务经验
- 多家连锁流通事业经营管理顾问
- 广东希世达机电实业有限公司国际行销副总、卖场规划顾问
- 日本HATTORI餐饮设备台湾分公司行销顾问
- 新加坡Computercool Engineering PTE LTD国外部经理
- 三胜冷冻餐饮设备制造厂(股)卖场规划工程师、行销事业部经理、研究开发部经理
- 马来西亚Otago Refrigeration SDN.BHD.台湾区经理
- 美国Perfect(USA)Co.,INC.亚太区经理
- 十全企管顾问股份有限公司董事、卖场规划设计师、资深顾问师
- 黑猫广告事业有限公司美工企划

教学经历：

- “国立”嘉义大学企业管理学系兼任讲师
- 实践大学高雄校区企业管理系兼任讲师
- 台湾中油股份有限公司一加油站多角化经营(复合式商店)业务训练讲师
- “经济部商业司”改进传统市集经营管理计画讲师
- “行政院劳委会职训局”南区职训中心服务管理类训练讲师
- “行政院”青辅会店长实务培训班讲师
- “行政院”退辅会行销专业人才培养班讲师
- 台湾连锁加盟促进协会商品管理与陈列促销讲师
- 台湾糖业股份有限公司量贩事业部消费行为分析讲座讲师
- “经济部商业司”“连锁加盟商业人才认证培育计画”讲师
- 救国团高雄县市团委会卖场促销POP海报设计实务班专业教师

专长领域：

- 中小企业经营管理
- 连锁加盟店经营管理
- 卖场规划与管理
- 商品及物流管理
- 行销规划与管理

## &lt;&lt;卖场规划与管理&gt;&gt;

## 书籍目录

精华版序言  
精华版之章节架构  
本书的目的  
精华版教学进度参考方案  
第一篇 卖场规划概论  
第1章 卖场规划基本概述  
第一节 卖场规划与营运之关系  
第二节 卖场规划目的与原则  
第三节 卖场规划设计流程  
学习评量及分组讨论  
第2章 卖场规划基本制图  
第一节 卖场常用尺寸和面积计算  
第二节 制图及丈量用具  
第三节 制图与识图技巧  
第四节 卖场平面规划图绘制步骤  
学习评量及分组讨论  
第二篇 卖场规划与设计  
第3章 店头规划设计  
第一节 广告招牌设计  
第二节 外装门面规划  
第三节 出入口规划  
第四节 橱窗设计  
学习评量及分组讨论  
第4章 店内规划设计  
第一节 内部装潢规划之考虑事项  
第二节 卖场装潢材料  
第三节 善用各种内装壁面  
第四节 收银柜台设计与规划  
学习评量及分组讨论  
第5章 卖场动线规划  
第一节 卖场动线种类  
第二节 顾客动线规划型态  
第三节 动线通道计划  
学习评量及分组讨论  
第6章 后场行政作业区规划  
第一节 行政管理区  
第二节 仓储与加工作业区  
第三节 各式卖场之后场规划  
学习评量及分组讨论  
第三篇 卖场贩促气氛规划  
第7章 卖场色彩计划  
第一节 色彩基础理论  
第二节 色彩的心理感觉  
第三节 配色的类型与原则  
第四节 卖场色彩计划执行重点  
学习评量及分组讨论  
第8章 卖场照明计划  
第一节 卖场照明目的  
第二节 卖场照明的方式  
第三节 卖场照明计划  
学习评量及分组讨论  
第9章 商品陈列规划  
第一节 商品陈列的概念  
第二节 商品陈列的类型  
第三节 商品陈列的配置分类  
第四节 商品陈列的方式  
第五节 商品陈列应掌握之原则  
学习评量及分组讨论  
第10章 POP广告运用计划  
第一节 卖场企业识别系统  
第二节 标示指引计划  
第三节 贩卖促进的POP广告  
学习评量及分组讨论  
第四篇 卖场管理  
第11章 卖场商品管理  
第一节 商品分类管理  
第二节 商品进货管理  
第三节 商品销售管理  
第四节 商品存货管理  
学习评量及分组讨论  
第12章 卖场服务管理  
第一节 服务管理的基本理论  
第二节 收银服务管理  
第三节 服务竞争策略  
学习评量及分组讨论  
第13章 卖场安全管理  
第一节 生财设备之安全管理  
第二节 公共设施之安全管理  
第三节 行政与作业之安全管理  
第四节 安全管理之应变作业  
学习评量及分组讨论  
参考文献

## <<卖场规划与管理>>

### 章节摘录

插图：当今消费意识已趋成熟，个人可支配的消费额也增多，大大提高了消费者回流购买的频率，消费者每次购物的体验，自然就关系着下次回流的决定。

留住顾客重复消费，最直接的因素就是看得见、感受得到、最贴近顾客的卖场规划。

有特色的卖场，本身就是一种卖点。

顾客从内心认同卖场的规划进而购买里面的商品，所以规划卖场时就必须掌握以顾客为导向的基本理念和原则。

换句话说，不能只把卖场当成容纳商品的空间，要从消费心理层面来思考卖场的内涵，才能掌握规划的真正意义。

事实上，我们常发现有很多卖场在开店后的几年甚至几个月内就被迫停业或转让，追究其原因并不是外在环境和经营策略问题，大都是开店时过于草率或太主观，没有掌握规划的真正理念与原则，造成失败的结果。

例如，以面包店来讲，常有面包师傅学成之后，急就章地开店却遭遇失败而转让。

然而，经过接手的业主重新规划改装后却可以创造好的业绩，其规划重点以商品的风格为诉求（如欧式面包风格）而强调前场的内部装潢、动线规划、展示陈列、灯光气氛等整体效果，使新卖场有别于生硬感觉的传统面包店，让顾客在温馨的气氛下购物。

在交易过程当中，好的卖场形象深深刻印在每位顾客的心里，也掌握了顾客再次光临的考虑因素。

## <<卖场规划与管理>>

### 编辑推荐

《卖场规划与管理(精华版)》掌握卖场整体营运及新开店（或改装）的关键要素，针对卖场规划与管理做广泛深入的探讨。

以具有逻辑性的论述，配合实务精要和图解形式，有系统地提供实用性的内容，呈现给读者。

《卖场规划与管理(精华版)》论述卖场的重点管理，向管理者提供更实际可行的管理方法。

循序渐进的课程论述及有步骤的技巧，期望培养学生未来服务职场或自行创业的卖场经营能力。

<<卖场规划与管理>>

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>