

## <<卖场选址与布局>>

### 图书基本信息

书名：<<卖场选址与布局>>

13位ISBN编号：9787802341098

10位ISBN编号：7802341094

出版时间：2008-1

出版时间：中国发展

作者：祝文欣

页数：213

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>

## <<卖场选址与布局>>

### 内容概要

对于终端而言，卖场经营者最关心的就是如何提升自己店铺的销售业绩，而选址和布局无疑是影响业绩的关键之一，总结出了一套最有效、最简单的能够使加盟商迅速升业绩的选址理论和方法，而本书正是这套理论的提炼与系统成果的体现。

本书结合中研究专家顾问们的实战经验与多年培训的体验，归纳出了一套系统的终端卖场选址与布局的技巧和方法，对终端在选址与布局过程中的各种问题进行了全面的阐述。

全书共分为三大篇：《选址篇》、《规划篇》、《布局篇》分别从卖场的选址、规划和布局三个方面进行了论述，既有理论的总结，又有实际的案例。

全书语言浅显易懂，对于终端加盟商来说，可操作性强，对终端加盟商开展店铺经营并提升业绩有重要参考价值。

## <<卖场选址与布局>>

### 作者简介

刘超先生，资深图书策划人、撰稿人。

长期从事图书策划与编辑工作，涉及领域包括经管、励志、社科、文史、艺术、收藏等方面，尤其擅长经管、励志方面图书编辑策划。

自加入中研后，对零售的品牌运作及其终端运营亦有很深的研究。

作品有《高效卖场的狼性法则》、《店铺运营标准手册》、《卖场选址与布局》、《卖场策划》等。

## <<卖场选址与布局>>

### 书籍目录

选址篇	第一章	卖场选址前的定位	第一节	卖场的市场定位	市场定位因素及选择
市场定位的内容		卖场经营理念的定位		市场定位的程序	市场定位的作用
目标顾客的锁定		细分市场		对目标顾客市场进行分析	了解目标顾客需求
了解目标顾客的个性	第二章	选址前的调查与评估	第一节	卖场周边环境的调查	市场调查
的意义及方法		相关经营环境的调查		卖场周边自然环境的调查	第二节
的调查		商圈概述		商圈分析	卖场周围商圈
商圈的调查		商圈调查与市场评估	第三节	卖场门面的考察与评估	卖场形状的考察与评估
卖场空间的考察与评估		卖场正门的考察与评估		卖场走向的考察与评估	卖场门面的位置条件考察与评估
家庭人口及收入水平的调查与评估		人口密度的调查与评估	第四节	人口和购买力的调查与评估	客流量的调查与评估
购买力的调查与评估	第五节	卖场利润评估		前期基础设施的投资	卖场日常管理
费用的预算		贷款的预算	第三章	卖场选址的作用、意义与原则	第四章
第五章	卖场选址禁忌规划篇	第一章	卖场形象的规划与设计	第二章	卖场的装修规划布局篇
第一章	卖场布局与陈列的作用与原则	第二章	卖场布局要点		

## <<卖场选址与布局>>

### 章节摘录

第一章 卖场选址前的定位 第一节 卖场的市场定位 开办一个终端卖场，首要一点就是要清楚自己的卖场在市场中的定位。

市场定位的目的是确定卖场在消费者心目中的形象或位置，它是经营者根据卖场及商品、服务的市场或位置。

通过市场定位，向消费者传达本卖场及商品、服务的市场或位置。

通过市场定位，向消费者传达本卖场有关产品、价格、服务、经营服务理念、经营方式、整体形象等方面的营销信息。

市场定位因素及选择 影响终端卖场市场定位的因素有很多，但任何一个卖场都不可能采取差异化营销策略来满足所有消费者的需要。

从理论上讲，消费者在作出购买决策时受多种因素的影响，但实际上真正影响购买决策的因素并不多，因素组合因人而异。

市场定位的重要任务是针对目前消费群体的决策因素组合制定零售营销方案。

以下简单列举几个方面的因素，供终端卖场的经营者参考。

#### 1. 产品组合。

产品组合包括商品的种类或系列、商品规格、品质、款式。

通过确定恰当的产品组合，区分卖场的主力商品、辅助商品、关联商品。

##### (1) 主力商品。

这是最富有特色的产品，是卖场的主要卖点，也是主要的赢利品种。

如有些服装店铺以针织服装为主打产品，有些家电卖场则以空调设备为主打产品等。

##### (2) 辅助商品。

辅助商品的作用是配合主打商品的营销策略，丰富卖场品种系列，扩大目标顾客的范围，形成较好的卖场气氛。

赢利是次要的价格比较灵活。

## <<卖场选址与布局>>

### 编辑推荐

卖场经营关键在哪里？

选址？

规划？

还是布局？

如何选址？

如何规划？

如何布局？

什么样的位置才是最好的位置？

什么样的规划才是最合理的规划？

什么样的布局才是最科学的卖场布局？

中研专家将为你详细解答这些疑问！

对于终端而言，卖场经营者最关心的就是如何提升自己店铺的销售业绩，而选址和布局无疑是影响业绩的关键之一，总结出了一套最有效、最简单的能够使加盟商迅速升业绩的选址理论和方法，而《卖场选址与布局》正是这套理论的提炼与系统成果的体现。

<<卖场选址与布局>>

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>