

<<蛋糕店5日通>>

图书基本信息

书名：<<蛋糕店5日通>>

13位ISBN编号：9787802343139

10位ISBN编号：7802343135

出版时间：2009-2

出版时间：中国发展出版社

作者：祝文欣 主编

页数：210

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>

## <<蛋糕店5日通>>

### 内容概要

本书讲述如何成功开一家便利店。

全书共分五个部分：第一部分为基础篇，对店铺的概念进行定义，对行业现状和经营条件进行分析，对开店方式进行选择，对不同的运作模式进行评比，试图找出最适切的经营之路。

第二部分为选址装修篇，重点解析选址在店铺经营中的重要意义、消费群体调查分析、店铺装修、细部规划及商品陈列与布局技巧等一系列在店铺经营前期所应解决的问题。

第三部分为经营篇，主要解决店铺定位、采购进货、商品定位与分析、产品定价、宣传、推广与促销策略等日常经营过程中时常遇到的难题。

第四部分为管理篇，细化为员工管理、财务管理、货物管理、客户管理等方面，洞烛幽微，力图帮助经营者在最短的时间内体认最直接的管理方式和运作理念。

第五部分为提升篇，将店铺提升到整个行业的高度展望，期以统筹、全局化的目光审视所处的地位和急需解决的问题，希望起到高瞻远瞩、未雨绸缪的作用。

在每篇中，我们辅以“阿旺锦囊”和“鉴证实录”，妙笔评析、查缺补漏，篇篇均新颖，招招是窍门，其中既有相关的理论知识，更有简明的操作方法，多层次、多方位地阐释了创业、开店的艺术技巧和策略，可令商界新手跃跃欲试，茅塞顿开；令商界老手若有所感，若有顿悟。

本书内容系统全面，实际操作性、可读性强，有很多值得借鉴的实用、实效的方法与技巧，可直接运用于店铺实际运作中，是创业开店的绝佳教材。

## <<蛋糕店5日通>>

### 作者简介

文欣先生，中国零售业著名营销管理专家、中国连锁经营协会零售业顾问、中研国际首席零售管理顾问。

在与国内外著名品牌管理咨询机构多年的合作与交流中，祝先生积累了丰富的零售终端管理、渠道运作、市场战略规划的经验，尤其擅长卖场选址、卖场布局、卖场订货、卖场促销、卖场人员管理等。祝先生足迹遍及中国28个省，50多个城市，主持过1000多场专业培训课程，服务过200多家连锁零售企业，以及50多家知名商场，拍摄了专门针对零售终端的系列光盘《店铺业绩提升之天龙八部》及其他专业VCD产品200多集，主编出版了30余本品牌打造及加盟商终端管理专业书籍。

多年来祝先生一直秉承“传道、授业、解惑”，“心怀助人之心”的理念，致力于将中外先进的零售终端经营理念、营销管理模式引入中国零售业，是零售业不可多得的实战派专家、顾问。

近年来主讲过的部分大型活动：2001年中国连锁经营协会主办服装行业论坛 主讲：《创建服饰企业的快速反应模式》2002年虎门国际服装博览会论坛 主讲：《批发型企业如何转向品牌经营》2003年中国连锁经营协会主办服装行业论坛 主讲：《加盟商如何投资服装品牌》2004年人民大会堂，由高科技产业化研究中心和人民日报社主办的首届中国市场战略论坛 主讲：《赢在品牌，决胜终端》2006年与中国500强企业之一的国美集团强强联手，推出《品牌创富渠道为王》全国大型主题对话巡回论坛 主讲：《国美渠道战略》2007年与杭州市政府等联合成功举办经销商千人财富论坛《渠道创富决胜终端》，及首届百货行业的沟通交流财富论坛。

主讲：《中国零售业的十大商机》。

## &lt;&lt;蛋糕店5日通&gt;&gt;

## 书籍目录

第1日 基础篇 一、从了解蛋糕开始 蛋糕的由来 糕点业发展现状与市场前景分析 阿旺锦囊 蛋糕店非常适合小本经营 二、蛋糕店开张必备条件 开店硬件条件 店主个人能力与素质 阿旺锦囊 喜欢创意生活的人更适合开蛋糕店 三、开店模式选择 七种常见开店模式 产品分类组合的开店模式 阿旺锦囊 品牌连锁与自营小店各有千秋 见证实录：迈出甜蜜蛋糕店第一步第2日 选址装修篇 一、蛋糕店选址 商圈调查与分析 选址定位 阿旺锦囊 选址正确是成功的一半 二、店铺设计 装修要点与流程 店面设计 店内规划与布局 店铺的招牌设计 给店铺取个好名字 阿旺锦囊 营造温馨环境，吸引顾客眼球 三、商品陈列与布局 陈列基本原则 陈列要点 陈列标准 陈列基本方式 阿旺锦囊 蛋糕陈列促进销售 见证实录：选店陈列盯准朝向，王琪成功创办蛋糕店第3日 经营篇 一、采购与订货 采购制度和采购管理 物料采购清单 阿旺锦囊 精选原材料，烤出精致美味蛋糕 二、品种定位与分析 蛋糕品种确定 关注市场竞争动向，打造核心竞争力 把握流行趋势，提供健康美食 阿旺锦囊 健康是流行趋势，卫生是基本要求 三、商品定价 消费者消费能力与定价 当商品需要涨价 阿旺锦囊 产品投放初期定价策略 四、广告宣传与推广 开业前宣传 开业策划 开业后的宣传 阿旺锦囊 网店与实体店联合，方便客户订购 五、商品销售与促销策略 顾客认知与分析 顾客购物心理与消费行为分析 顾客服务与销售技巧 常见促销方法 阿旺锦囊 抓住机遇，做好节假日促销 见证实录：Air的蛋糕店第4日 管理篇 一、店员管理 工作人员招聘 店长守则 营业员守则 薪酬设计与发放 阿旺锦囊 员工也是上帝——员工管理与顾客管理同样重要 二、财务管理 收银作业管理 资金预算与收益分析 阿旺锦囊 合理成本控制等于赢取利润 三、客户服务与管理 客户服务技巧与艺术 客户关系管理 客户关系维护 阿旺锦囊 如何获取并完善客户资料 四、质量管理 蛋糕质量关键控制点 蛋糕生产卫生、安全管理 阿旺锦囊 蛋糕制作“五常法”(5s)管理 五、异常情况处理 阿旺锦囊 建立客户投诉档案，提升服务品质 见证实录：艺术与变通，让危机蛋糕店重现生机第5日 提升篇 一、形象维护与提升 塑造蛋糕店形象 提高蛋糕店信誉 阿旺锦囊 质量+信誉=影响力 二、蛋糕店稳定后的扩大经营 连锁经营是必由之路 走复合式经营发展之路 阿旺锦囊 淡季多元化经营，发掘利润空间 见证实录：5万元开店月赚6000

## &lt;&lt;蛋糕店5日通&gt;&gt;

## 章节摘录

插图：第1日 基础篇一、从了解蛋糕开始蛋糕的由来1.来自西方糕点的诱惑与传说“西点”是中国人对西式甜点的统称。

它同中华烹饪一样，在世界上享有很高的声誉。

欧洲是西点的主要发源地，英国、法国、西班牙、德国、意大利、奥地利、俄罗斯等国家的西点已有相当长的历史，并在发展中取得显著成就。

最早的蛋糕是用几样简单的材料做出来的，这些蛋糕是古老宗教神话与奇迹式迷信的象征。

早期的经贸路线使异国香料由远东向北输入，坚果、花露水、柑橘类水果、枣子与无花果从中东引进。

甘蔗则从东方国家与南方国家进口。

据史料记载，古代埃及、希腊和罗马已经开始了最早的面包和蛋糕的制作。

古埃及有一幅绘画，就展示了公元前1175年底比斯城的宫廷烘焙场面，画中可看出几种面包和蛋糕的制作场景，有组织的烘焙作坊和模具在当时已经出现。

据统计，在古埃及帝国中，面包和蛋糕品种达16种之多。

据说，古希腊最早在食物中使用的甜味剂是蜂蜜，蜂蜜蛋糕曾一度风行欧洲。

古希腊人曾用面粉、油和蜂蜜制作了一种煎油饼。

古罗马人则制作了最早的奶酪蛋糕。

英国最早的蛋糕是一种名为“西姆尔”的水果蛋糕，据说它来源于古希腊。

今天，世界最好的奶酪蛋糕仍然出自意大利。

公元前4世纪，罗马成立有专门的烘焙协会。

初具现代风格的西式糕点大约出现在欧洲文艺复兴时期，糕点制作不仅革新了早期方法，而且品种不断增加。

烘焙业已成为相当独立的行业，进入了一个新的繁荣时期。

此时现代西点中两类最主要的点心，派和起酥相继出现。

早期法国和西班牙在制作起酥时，采用了一种新方法，即将奶油分散到面团中，再将其折叠几次，使成品具有酥层，这种方法为现代起酥点心制作奠定了基础。

丹麦包和可松包是起酥点心和面包相结合的产物。

据记载，最原始的面包甚至可以追溯到石器时代。

早期面包一直采用酸面团自然发酵方法。

16世纪，酵母开始运用到面包制作中。

制作海绵蛋糕浆料所采用的搅打法，有人推测首先由西班牙人创造。

18世纪，磨面技术的改进为面包和其他糕点提供了质量更好、种类更多的面粉。

这些都为西式甜点的生产创造了有利条件。

18世纪到19世纪，在西方政体改革、近代自然科学和工业革命的影响下，西点烘焙业发展到一个崭新阶段。

同时，西点开始从作坊式生产步入到现代化的生产，并逐渐形成了一个完整和成熟的体系。

当前，烘焙业在欧美十分发达，西点制作不仅是烹饪的组成部分（即餐用面包和点心），而且是独立于西餐烹调之外的一种庞大食品加工行业，成为西方工业食品工业的支柱之一。

跟随历史的轨迹，我们可以感受到蛋糕的起源及背景。

时代的演变和进步使蛋糕不再是一种传统及地方的代表；国与国距离的缩短让好吃的蛋糕创造出流行的文化，如巨蛋蛋糕等。

但是在商品大量曝光及媒体过度神化的同时，我们也不要忘记蛋糕的精神，终究好吃的点心源远流长。

## <<蛋糕店5日通>>

### 编辑推荐

《蛋糕店5日通》作者祝文欣是中研国际首席零售管理顾问。

日本时尚零售业泰斗人物，零售百货业实战家，被誉为“日本零售之神”的柳田信之先生：中研国际是国际零售业先进管理理念的推广者，成功经验的传播者。

国美·鹏润国际时尚中心首席顾问，台湾著名零售专家李春材先生：中研国际是中国零售业的财富教练，它传道、授业、解惑。

实践家知识管理集团董事长林伟贤先生：我在《我爱钱更爱你》中说过，一个人要想成功必须具备丰富的知识和爱心。

我想我能理解中研国际为什么会成功。

成功不是自己拥有什么，而是你给了别人多少，中研国际的成功就在于它不断帮助零售企业创造价值，走向卓越。

中国商业联合会商品交易市场专业委员会秘书长骆毓龙：零售业发展需要动力，中研国际为零售业不断输送智慧产品。

《销售与市场-体育营销》主编张斌先生：可用“实”来概括中研国际：立身实战，厉行实务，力求实效。

<<蛋糕店5日通>>

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>