

---

# 家电连锁零售及终端管理

吴洪刚 博士

## 上篇 连锁零售业发展趋势及营销决策

### 第一章：零售业及其发展趋势

零售、零售商、零售业概况

西方零售业的四次革命

零售业态分类及特征

中国大陆零售业概况

【案例分析】：1+1 连锁便利店的策划

【专题讨论】：为什么中间商总站在厂家与消费者之间

### 第二章：家电连锁零售业透视

我国家电连锁业发展的特点

我国连锁企业发展现状

我国连锁企业存在的问题

【案例分析】：沃尔玛中国区域的市场推广

【专题讨论】：厂商如何与全国性连锁企业打交道？

家电连锁渠道的发展方向？

---

## 第三章：家电零售行业演进规律

零售业核心竞争要素

家电连锁发展规律探讨

苏宁电器增长模式及其问题

连锁建材专业卖场发展探讨

连锁大型综超发展规律探讨

【案例分析】：苏宁电器市场竞争将导致公司业绩下滑的趋势

【专题讨论】：扩张会导致连锁零售业的崩盘吗？

## 第四章：家电零售店定位与营销决策

零售调研与决策基本内容（选址、规模、销售预测等）

大卖场定位决策（市场细分、目标市场选择、市场定位等）

大卖场营销组合决策（产品组合、市场推广、产品价格、产品陈列等）

零售店投资效益分析

店铺开发的流程

【专题讨论】：卖场选址应注意哪些关键问题？

# 下篇 家电行业终端的管理

## 第五章：如何进行家电行业销售终端的业绩分析

充分认识终端工作的战略地位

终端分析与选择的基本方法

---

## 第六章：家电行业销售终端的建设与活化

店头广告，精致传播；

店内广告，抢占高点；

强势终端，品牌为王；

终端陈列，生动为先；

有效促销，互动为本；

光亮工程，永不放松。

## 第七章：提升家电行业销售终端的销售力

生意好的销售终端必是服务态度好的终端

促销员的不良态度及其危害

顾客服务的 5S 原则

## 第八章：家电销售终端的促销与推广

淡旺季促销

不同目标及促销形式

【案例分析】：变被动式销售为渠道攻击性销售模式

## 第九章：家电行业终端零售商的激励

激励零售商的常用手段

如何激励零售商配合促销活动

如何做好终端公关