目 录 前 言
作者简介 第 1 篇 战略性零售管理概览 第 1 章 零售业简介 第 2 章 建立并维系零售中的关系 第 3 章 零售业战略规划 第 2 篇 形势分析 第 4 章 按所有权划分零售机构 第 5 章 按店铺战略组合划分零售机构 第 6 章 网络、无店铺零售和非传统零售的其他形式 第 3 篇 选择目标顾客与收集信息 第 7 章 识别和了解消费者 第 8 章 零售信息的收集与处理 第 4 篇 商店选址 第 9 章 商圈分析 第 10 章 店址选择 第 5 篇 零售企业管理 第 11 章 零售组织与人力资源管理 第 12 章 运营管理：财务部分 第 13 章 运营管理：业务部分 第 6 篇 商品经营管理与定价 第 14 章 制订商品计划 第 15 章 实施采购计划 第 16 章 商品的财务管理 第 17 章 零售定价 第 7 篇 顾客沟通 第 18 章 建立和维持零售形象 第 19 章 促销战略 第 8 篇 总结 第 20 章 零售战略的整合与控制