

逆势生长——服装零售怎么干



[逆势生长——服装零售怎么干 下载链接1](#)

著者:李政隆

出版者:清华大学出版社

出版时间:2017-3-1

装帧:软精装

isbn:9787302460695

中国经济减速换挡，服装零售企业盈利普遍下滑，企业急需找到方法走出困境，实现逆势生长。但七匹狼三年来力图变革的经验告诉我们，实现逆势生长需要系统变革再造，不能一蹴而就。本书阐述了零售PVC盈利生长模型、持续改善循环两个变革再造理论工具，运用零售PVC盈利生长模型，定量定性分析了七匹狼、海澜之家、优衣库、韩都衣舍、拉夏贝尔、李宁等六家服装零售上市公司，通过大量数据图表进行对比分析，充分揭示服装零售行业的前世今生、兴衰本质，帮助企业实现逆势生长。

作者介绍:

李政隆，从事零售行业咨询、培训以及信息系统开发十余年，服务数十家零售企业，具备咨询、培训、教练和IT信息化等复合能力，擅长以提升盈利为目标的零售企业变革再造，负责开发了零售精准商业智能信息系统等多个零售经营管理信息系统。

目录: |目录|

第1章逆势生长是否有望\\\\\\ 1

1.1经济减速，服装零售企业效益普遍下滑3

1.2逆势生长能干成吗5

1.3逆势生长怎么干10

1.4七匹狼逆势生长的经验启示11

1.5大事做于细——持续改善循环13

1.5.1持续改善循环的五个环节13

1.5.2持续改善循环的价值16

1.6难事做于易——PVC盈利生长模型16

1.6.1PVC盈利生长模型有哪些作用16

1.6.2PVC盈利生长模型如何构成18

1.6.3PVC盈利生长模型解决了哪些问题19

1.7逆势生长如何为己所用20

第2章知己知彼、百战不殆——逆势生长

第1步：评估分析\\\\\\ 23

2.1持续增长的盈利是企业的根本目标25

2.2案例——盈利27

2.3向左？向右？——战略是选择方向31

2.4顾客需求是企业存在的基础33

2.4.1顾客价值33

2.4.2零售模式36

2.4.3顾客价值与零售模式需要动态磨合40

2.4.4顾客价值监控体系41

2.5案例——战略与顾客价值43

2.5.1战略与顾客价值汇总对比43服装零售怎么干目录2.5.2如何实现顾客价值的持续增值47

2.5.3零售模式分析与改善方向50

2.6核心竞争力是逆势生长的能量68

2.6.1核心竞争力是什么68

2.6.2从粗放迟钝到精准敏捷68

2.6.3服装零售企业的八个核心竞争力69

2.6.4战略、顾客价值、盈利与核心竞争力80

2.7案例——核心竞争力87

2.7.1七匹狼核心竞争力详情92

2.7.2海澜之家核心竞争力详情97

2.7.3优衣库核心竞争力详情100

第3章运筹帷幄、后发先至——逆势生长

第2步：计划实施\\\\\\ 105

3.1上病下治、下病上治——计划实施与发育核心竞争力108

3.1.1寻找提高经营效果的路径方法109

3.1.2制定实施目标计划110

3.2案例——发育核心竞争力112

3.2.1汇总112

3.2.2详情113

3.3相同的资源不同的效率——流程再造141

3.4企业的边界在哪里——外部组织能力发育144

3.4.1发育外部组织能力的意义	144
3.4.2组织价值链	146
3.4.3管理价值链	149
3.4.4数据能力对于管理价值链的作用	150
3.5案例——价值链优化与发育外部组织能力	152
3.5.1价值链组织的对比分析	155
3.5.2外部组织能力的改善路径	182
3.6每天都想改变的组织——发育内部组织能力	188
3.6.1概述	188
3.6.2组织变革的工作内容	191
3.6.3实施组织变革需要解决的关键问题	192
3.6.4考核激励体系	194
3.6.5内部组织力量化评估、监控反馈	195
3.7如何让人员变成人才	196
3.7.1概述	196
3.7.2人员能力	197
3.7.3构建培训教练体系	199
3.7.4人员能力提高的“捷径”	201
3.7.5人员能力的量化评估反馈	203
3.8只有数据化运营方能精准管理	203
3.8.1概述	203
3.8.2数据能力构成	204
3.8.3数据能力与ERP的关系	210
3.8.4持续改善循环对数据能力的要求	211
3.8.5核心竞争力对数据能力的要求	214
3.9案例——发育内部组织能力、人员能力和数据能力	216
3.9.1优衣库详情	216
3.9.2海澜之家详情	225
3.9.3七匹狼详情	232
3.10案例总结	234
3.10.1优衣库案例总结	234
3.10.2海澜之家案例总结	240
3.10.3七匹狼案例总结	243
第4章知易行难——逆势生长的坎坷\\\ 249	
4.1逆势生长坎坷1——电商会搞垮实体店吗	252
4.1.1在线销售对服装连锁零售企业是什么	252
4.1.2韩都衣舍如何进行在线销售	255
4.1.3服装零售企业如何运用在线销售提升盈利	285
4.2逆势生长坎坷2——为何效果不佳	287
4.2.1拉夏贝尔2015年战略计划	287
4.2.2拉夏贝尔2015年战略计划实施总结	298
4.2.3拉夏贝尔2015年战略计划实施不成功原因分析	314
4.3逆势生长坎坷3——李宁为何能在2015年扭亏为盈	320
4.3.1经营效果对比分析	321
4.3.2经营实践——变革措施对比分析	324
4.3.3李宁的隐忧与对策	328
第5章变革再造——逆势生长\\\ 331	
5.1变革再造逆势生长需要企业家的自我突破	332
5.2变革再造逆势生长——必要能力	334
5.2.1变革再造逆势生长需要四个能力	334
5.2.2内部管理咨询能力	336
5.2.3培训教练能力	336
5.2.4IT信息数据能力	337
5.2.5变革教练能力	338

[逆势生长——服装零售怎么干_下载链接1_](#)

标签

服装

零售

管理

市场营销

商业

供应链

080-商业

评论

好书，案例真实，深受启发，通俗易懂。

[逆势生长——服装零售怎么干_下载链接1_](#)

书评

[逆势生长——服装零售怎么干_下载链接1](#)