# 连锁店的营运体制规范

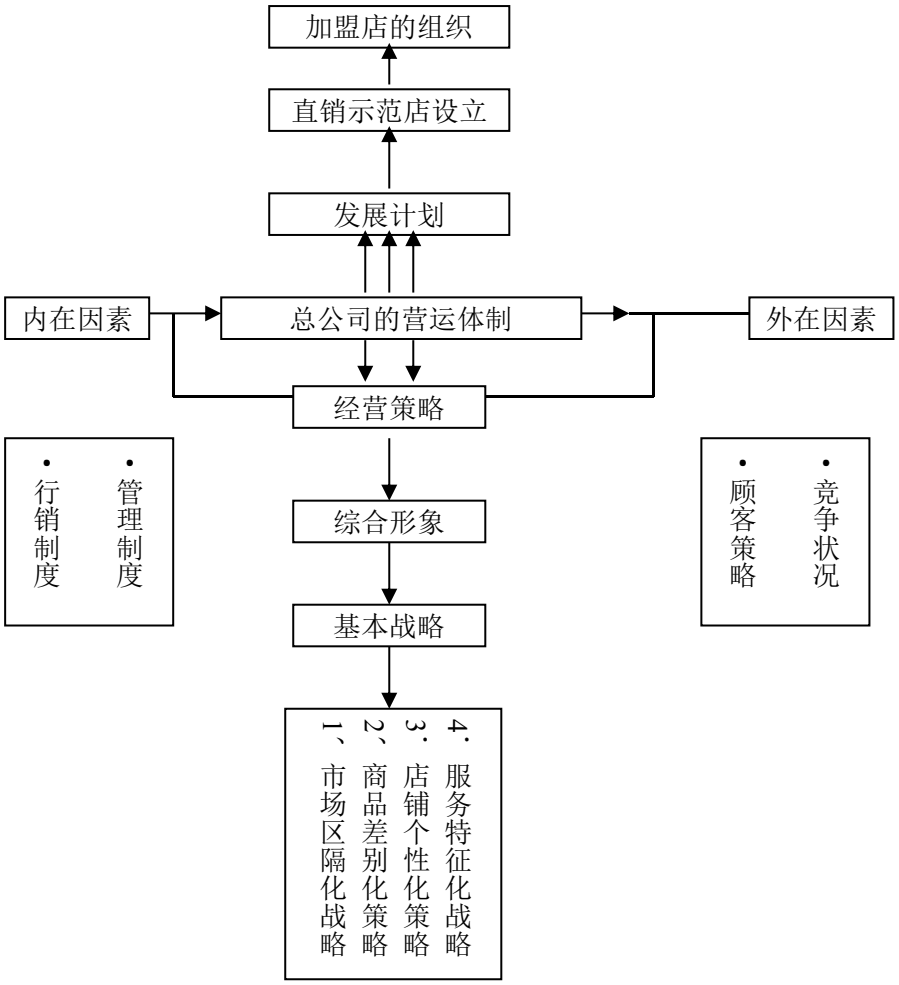



图 15.3.7

(一)总公司的营运体制—经营策略

是针对连锁体系的经营策略,通过内外因素相互组合运用。

(1)外在因素可包括顾客策略(顾客层的掌握,市场分隔化的展开,固定顾客层的培养,消费需求的探讨)及竞争状况(市场情报的充分把握、同行业的深入分析、市场机会点的掌握、市场问题点的突破等项)。

(2)内在因素可包括行销策略(商品战略、价格战略、销售渠道战略)及管理制度(人事、财务、行政、营业)。

1.连锁发展计划

首先要确立型态的选择及短、中、长期计划的拟定,连锁化经营有示范店的必要性,借以了解市场需求状况,发现其优点与缺点,诸如商店的店面设计、装潢设施、卖场气氛、商品计划及服务结构、顾客交易情形、作业程序、帐务处理方法及存货控制方式、人员的训练内容及现场操作要领,突发状况的处理等。

唯有通过示范店的实验,才能正确拟订政策。

2.综合形象的运用

(1)CI 的形象塑造

具体的实施 CI 体制,必须深入到顾客形象的建立,广告媒体的运用,从业人员的士气提升,乃至关系企业的形象强化。

(2)CI 提高的要领

必须针对商品层面、店铺表现层面、卖场构成层面、基本服务层面、销售层面、推广层面、顾客层面等诸多角度,借以塑造商店形象。

连锁经营必须具备的要素

①统一的招牌。

·统一的广告。

·统一的采购。

·统一的教育。

②统一的装潢。

·统一的制造。

·统一的价格。

③统一的品质。

2、管理制度的展开

有关信息包括以下:

·财务管理。

·存量管理。

·季节库存管理。

·采购管理。

·销售记录。

·营业分析。

·帐务管理。

·顾客管理。

·历史资料管理。

·作业系统表。

3、其他有关信息。

(二)连锁发展条件的确立

1.健全的总部执行事项

·开店指导、设备购买协助、人员协助。

·经营管理技术的训练及指导。

·联合推广宣传的策划。

• 商品运输配送中心。

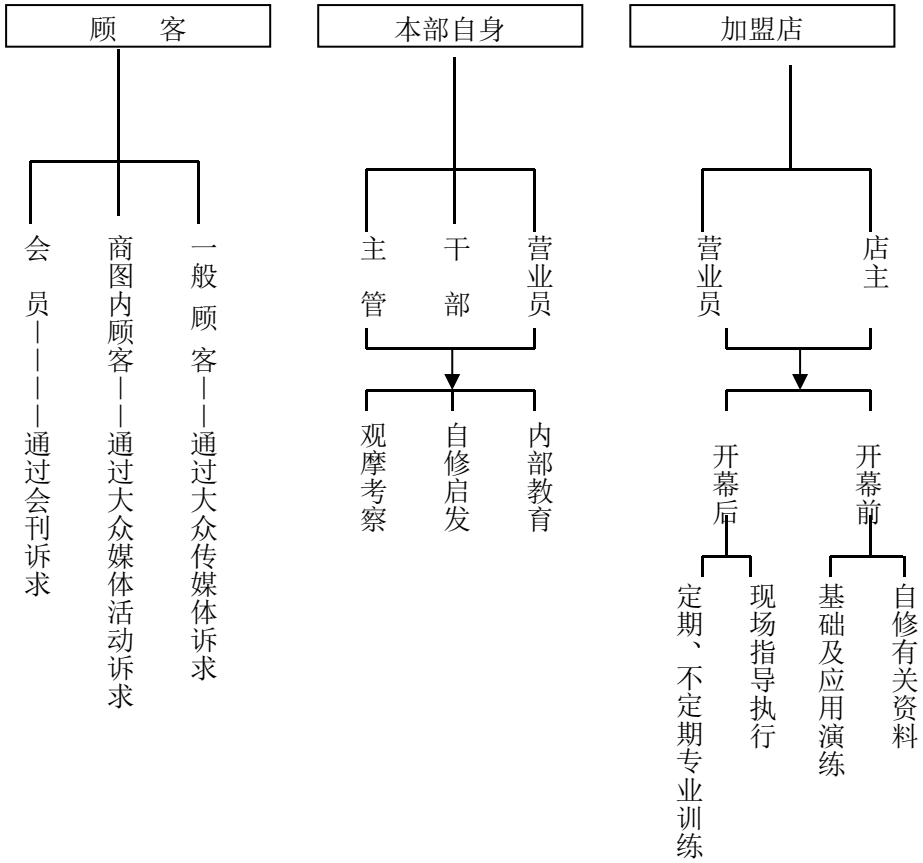
• 资金融通的协助。

• 企业形象、知名度的提供与促进。

• 专业销售上的辅导及协助。

• 存货的调度。

• 商图限制的合理掌握。

2.人力的教育与培养体系

教育训练的对象可以包括本部自身及加盟店、顾客三方面，其体系如下：