百货店招商流程

(一)市场篇

　　1.了解市场

　　从整个行业来看，应有从大往小看的逻辑，如果没有机会到国外，就以国内为调查主体吧!

　　首先看看几个一线城市的百货业情况(如无出差的机会，可利用旅游的机会)北京、上海、深圳、广州、杭州、成都、重庆是必看之处。

　　赛特、燕莎、中友、SOGO、百盛、君太、久光、依势丹、太平洋、大洋、时代、新世界、王府井、友谊、华联、恒龙、中信、茂业、仁和春天、美美

　　把以上的商场、MALL等都看一圈，有个整体印象先。

　　2.分析市场

　　从“城市消费习惯”分析;

　　从“业态”分析;

　　从“高、中、低档”分析;

　　从“商圈”分析;

　　从“传统、时尚”分析;

　　从“改造”分析;

　　从“销售业绩”分析;

　　分析不同城市、不同商圈、不同业态、不同档次、不同定位的异同点。

　　3.研究市场

　　通过以上分析，逐步深入研究，各企业背景、资力、资金、模式、人力资源、供应链、品类布局、品牌布局等。

　　(二)品牌篇

　　1.了解品牌

　　了解各品牌主力品牌、品牌风格、品牌年龄段、品牌价位段、品牌生命周期、品牌代理权限分布、品牌市场开发情况

　　2.分析品牌

　　3.研究品牌

　　(三)实战篇

　　1.了解情况

　　预调整区域情况如何，是因平效达不到要求、是供应商自身有问题、是为了区域氛围改进，把调整或引进的目的论证清晰(非开业招商)

　　2.分析情况

　　根据该区域风格及价位、档次界定拟引进品牌范围，从搜集的资料中进行挑选。

　　3.研究情况

　　在前期的市场调查中提取资料，对拟引进品牌进行详细分析研究。

　　4.联系

　　与品牌市场开发人员取得联系，进一步搜集资料，包括(品牌简介、图册、样品、资信证照、柜台最新形象、现有网点分布、销售业绩资料)

　　5.计划

　　经过调查之后，招商人员要对该品牌引进在哪个位置有所计划了。

　　6.谈判

　　首先，通过电话联系约见时间，可以让供应商到商场来谈，或亲自到品牌公司参观，以做进一步沟通。

　　7.意向

　　见面后，双方再详细介绍各自的情况，达成合作意向。

　　8.柜位

　　根据准备的柜位，双方协商可否，或调整。

　　9.条件

　　柜位确定后，就可谈判合作条件了，这也是双方谈判的关键性问题。

　　10.进场时间

　　全部谈定了，就要确定进场时间了，一方面该处原柜位要提前通知撤柜，另一方面拟引进品牌也需要一个装修期和货品、人员准备期。

　　11.装修图纸

　　对方公司按照商场基本要求设计柜位装修图纸。

　　12.图纸审批

　　经过商场相关部门审核后，对方开始照图在场外施工制作道具。

　　13.进场

　　制作好的道具在规定时间内运到商场，同时原专柜开始撤柜。

　　14.拼装

　　进场后的道具开始在场内组装，部分道具需现场制作时，如超过一晚时间，在白天营业期间，需将该柜位打围。

　　15.上货

　　全部装好后，就安排营业员提前进场做清洁和上货了。

　　16.开柜