



赚钱，
看这本就够！

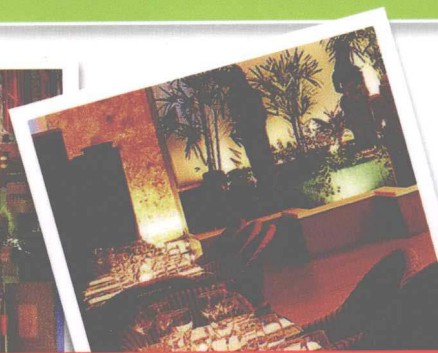
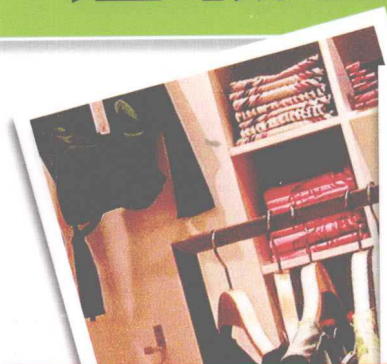
要掌握的

开店

基本知识

让自己的店

店铺经营知识大全



告诉你在店铺经营管理过程中立于不败之地的经营秘诀

详细介绍了店铺经营管理过程中必须掌握的各项技能和各种知识，通过对国内外成功案例的分析，加深你对店铺管理知识的理解和吸收，使你在实际运用中能融会贯通。

萧 野◎编著

 中国纺织出版社

赚钱，
看这本就够！

开店

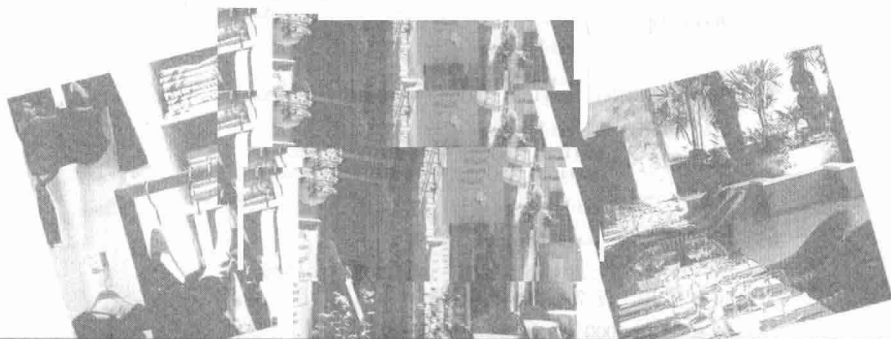


要掌握的 基本知识



让自己的店铺日进斗金

店铺经营知识大全



萧野◎编著

商铺经营
经典知识

 中国纺织出版社

图书在版编目(CIP)数据

开店要掌握的基本知识/萧野编著. —2版.

—北京:中国纺织出版社,2010.10

ISBN 978-7-5064-6709-4

I. ①开… II. ①萧… III. ①商店-商业经营-基本知识 IV. ①F717

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第151842号

责任编辑:苏广贵 特约编辑:杨旭

责任印制:刘强

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027

邮购电话:010-64168110 传真:010-64168231

<http://www.c-textilep.com>

E-mail:faxing@c-textilep.com

北京振兴源印务有限公司印刷 各地新华书店经销

2010年10月第2版第6次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:19

字数:235千字 定价:36.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换



Open

前言

开店赚钱绝不能凭空想当然,如今的顾客完全受智慧价值支配消费,没两把刷子,你又如何玩得转。

“要想富,开店铺!”,古今中外有许多名流巨富就是从一家小小的店铺起家的。开一家成功的店铺是许多人的梦想,然而创业真的容易吗?只凭借决心与意志力就能成功吗?许多营销专家的经验表明:若事前没有完善的准备,适当的经营、企划方案,不了解开店应具备的专业知识和管理技巧,开店仍然是一件风险很大的事。

在激烈的市场竞争中,开店也是一门学问,而并非只是找到店铺,再找几个员工,将产品铺上店面陈列销售那样简单。如今,每天都有新店铺红红火火地开张,每天也有不少店铺由于经营管理不善而无可奈何地关门停业。同样是经营店铺,为什么有的从小到大,历经风雨,开成了名扬天下的百年老店?有的却在日益激烈的竞争中风雨飘摇,面临倒闭?作为店铺的投资者和管理者,又有谁不想让自己的店铺日进斗金、风光百年呢?那么,投资经营者要如何才能让自己的店铺一帆风顺,成功壮大呢?

怎样才能成功开店?在店铺经营管理过程中要注意些什么?有没有让你立于不败之地的经营秘诀?《开店要掌握的基本知识》为你一一解答了这些问题。本书的第一章、第二章向你介绍了开店的前期策划、登记程序和资金筹措知识,让你顺利开店。书中还详细介绍了店铺经营管理过程中必须掌握的各项技能和各种知识,通过对国内外成功案例的分析,加深你对店铺管理知识的理解和吸收,使你在实际运用中能融会贯通。本书的最后一章列举了当前最流行的店铺形式,细述了这些店铺的经营要诀,使你对怎样开一家赚钱的店铺有更深刻的

体会。

本书作者一直致力于店铺经营管理的实践与研究,此书浓缩了他对店铺管理的真知灼见,从开店、管理、销售等环节——道来,用直白的文字,为店铺经营者提供了科学有效的管理方法和先进的经营理念。本书内容丰富、通俗易懂、切合实际、操作性强,是一本难得的中小店铺经营管理实用工具书。

如果你正计划开设一家店铺,或是你的店铺正在营业中。那么,本书将值得您仔细阅读及品味,因为它会为你的店铺带来更多的商机和“亮点”!

编 者



开店

要掌握的基本知识

\$

2

Open

第1章

开店前的规划与登记程序

目录

CONTENTS

“一个人的人生态度决定了人生的高度。”态度是一种重要的影响力。

- 1 / 开店之前应做好的心理准备
- 1 / 准确掌握市场信息
- 2 / 及时发现市场需求
- 2 / 关注热门行业
- 3 / 密切注意市场变化
- 4 / 中国产业结构调整的机遇
- 4 / 勤于研究、分析市场
- 5 / 市场调查对象
- 5 / 市场调查的重点
- 7 / 认真分析市场机会
- 8 / 什么叫市场细分
- 9 / 进行市场细分的步骤
- 11 / 评价细分市场要考虑的因素
- 12 / 分析细分市场的潜力
- 13 / 选择目标市场的策略
- 14 / 店铺经营战略的四个特点
- 15 / 开店经营战略的主要内容
- 16 / 制定开店经营战略的步骤
- 17 / 经营战略的三种模式
- 18 / 进行商店定位的方法
- 18 / 如何进行市场角色定位





- 19 / 开店需知的基本知识
- 21 / 申请营业执照必须具备的条件
- 22 / 申请营业执照必须提交的材料
- 22 / 进行登记注册必须牢记的事项
- 22 / 进行税务登记
- 23 / 税务登记表的主要内容
- 23 / 填报税务登记表应携带的证件和材料
- 24 / 办理税务登记的程序



第2章

开店前的投资预算

新店可能会遇到负现金流量,这就需要用投资来达到收支平衡。

- 25 / 开店投资的内容
- 26 / 寻找稳健高效的筹资渠道
- 27 / 必须了解的筹资风险
- 27 / 精打细算、减少开业初期投资
- 28 / 编制资金预算表
- 28 / 确定筹资规模
- 29 / 估算设备投资
- 30 / 估算管理费用
- 31 / 进行损益分析
- 33 / 充分利用自有资金
- 34 / 银行贷款的形式
- 34 / 与银行建立良好关系
- 35 / 如何申请银行贷款



Open

第3章

如何选择理想的店址

经营者在确定经营目标和制定经营策略时,必须考虑店址所在地区的特点,以使得目标与策略都制定得比较现实。

- 37 / 选择理想店址的重要性
- 37 / 店铺的商圈范围
- 38 / 商圈分析的作用
- 39 / 根据顾客划分商圈范围
- 40 / 分析商圈内的购买力
- 41 / 利用行人评估商圈范围
- 42 / 了解商圈周围的竞争者
- 42 / 商业区商圈分析
- 44 / 社区商圈分析
- 46 / 校区商圈分析
- 47 / 初次开店,如何设定商圈
- 48 / 初次开店,如何估计商圈范围
- 49 / 影响店址区域选择的主要因素
- 50 / 选择店址必须考虑租金
- 50 / 选择店址要考虑交通因素
- 51 / 选择店址要考虑客流因素
- 52 / 选择店址要考虑竞争因素
- 52 / 最佳店址具备的六大特征
- 53 / 不可不知的选址大忌
- 53 / 开店资金有限时选择店址的方法

构成一个完整店铺门面设计的最终目标是:①促销商品,顺利获得利润;②引导顾客方便出入、安全选购、成功展示商品;③提升店铺形象。

- 55 / 店面设计的重要性
- 55 / 店铺外观的组成因素
- 56 / 店面外观的三种类型
- 57 / 店铺招牌的主要作用
- 57 / 招牌命名需注意的事项
- 58 / 店铺橱窗的作用
- 58 / 店铺橱窗的五种类型
- 59 / 建造橱窗应注意的事项
- 60 / 布置橱窗需要的设备
- 60 / 开展橱窗陈列工作的五个步骤
- 61 / 让橱窗更富艺术气息
- 62 / 店内设计的表达要素
- 63 / 店内灯光设计的方式
- 64 / 店内色彩设计的方案
- 64 / 店内音响设计的方法
- 65 / 店内气味设计的要点
- 65 / 进行店铺内部装潢的主要方面
- 67 / 店内布局需遵循的原则
- 67 / 店内布局的几种主要类型
- 69 / 店内购物环境设计的原则
- 70 / 店内购物环境设计的方法
- 71 / 店内顾客通道设计的几种形式





首先应以大分类方式将商品分类,其次将它以用途、制造商的分类方式来分类,最后则是以价格、设计的小分类方式分类。

- 73 / 商品陈列的主要原则
- 74 / 商品陈列应该以顾客为出发点
- 76 / 几种商品陈列的重要方法
- 78 / 一般货架陈列的要点与方法
- 79 / 特殊陈列的两大要点
- 79 / 变化陈列的种类及特征
- 84 / 货架卡的用途及制作
- 85 / 用商品配置表设计货架陈列的主要功能
- 86 / 商品陈列的注意事项
- 87 / 使商品陈列更有效的方法
- 88 / 最流行的商品陈列技巧
- 89 / 商品陈列的具体艺术手法
- 91 / 适合于顾客的陈列方法有哪些
- 92 / 案例:服装店的陈列技巧
- 94 / 价格与需求的密切关系
- 95 / 了解价格需求弹性
- 96 / 找出商品真正的“原价”
- 97 / 决定价格的基本立场
- 98 / 定价要考虑的环境因素
- 99 / 常用的几种定价方法
- 100 / 掌握冲动购买诱导定价法
- 100 / 掌握习惯定价法
- 101 / 掌握零头定价法
- 102 / 掌握撇油定价法
- 103 / 掌握声望定价法



Open

Open 第6章

店铺的宣传与促销策略

顾客有时选定商品但尚存疑虑,想要问店员却不好意思开口,这时店面广告会舒缓顾客心情,让顾客以自由自在的心情继续进行购物。

- 105 / 掌握购买心理与广告诉求的关系
- 106 / 店面广告(POP)的宣传效果
- 106 / 店面广告的主要作用
- 107 / 店面广告的重要性
- 108 / 店面广告的几大种类
- 109 / 店面广告的设计原则
- 109 / 店面广告的制作要点
- 111 / 店面广告摆设的注意事项
- 111 / 媒体广告的分类
- 113 / 确定媒体广告的目标
- 114 / 影响媒体选择的主要因素
- 115 / 选择媒体的几种主要方法
- 115 / 确定媒体广告宣传的时机
- 116 / 确定媒体广告预算
- 117 / 评价媒体广告效果
- 117 / 店铺促销的主要方式
- 119 / 产品派送
- 122 / 情感促销法
- 123 / 顾客档案促销法
- 123 / 特定顾客促销法
- 124 / 名人效应促销法





Open

- 125 / 反时尚促销法
- 125 / 随购赠礼促销法
- 126 / 绿色食品促销法
- 127 / 情侣商品促销法
- 127 / 反时令销售法
- 128 / 商品保险促销法
- 129 / 改进包装法
- 130 / 以旧换新促销法
- 130 / 退换商品促销法
- 131 / 悬赏捉劣促销法
- 132 / 数量限购促销法
- 133 / 名牌效应促销法
- 134 / 九九尾数促销法
- 134 / 公开拍卖促销法
- 135 / 以货易货促销法
- 136 / 仓库售货法
- 137 / 案例:美国专卖店的促销招数

Open

第7章

店铺的进、销、存管理

店铺经营还必须主动让顾客了解本店的特色,使顾客想要买某种商品时马上会想到这家店,产生一种“非此店莫属”的想法。

- 139 / 店铺商品的三个筹备方针
- 140 / 商品采购的三大原则
- 141 / 商品采购的组织和管理



- 142 / 商品采购的技巧
- 143 / 控制采购成本的方法
- 145 / 怎样进行店铺商品定位
- 145 / 如何确定店铺商品组合
- 146 / 商品线的构成依据
- 148 / 优化商品结构的方法
- 150 / 进行商品分类的方法
- 151 / 掌握商机,导入新商品
- 152 / 自有品牌商品的4P管理
- 153 / 做好采购商品的储存管理
- 153 / 对存货进行有效控制
- 154 / 对商品进行盘点的原则
- 155 / 做好商品数量管理
- 156 / 严格检查库存期范围
- 157 / 及时发现商品损失
- 158 / 防止商品损失的方法
- 159 / 处理瑕疵商品的原则
- 160 / 处理滞销品的方式
- 161 / 网络营销与传统营销的关系
- 161 / 网络营销给店铺带来新机遇
- 162 / 通过网络营销塑造店铺新形象
- 163 / 运用网络营销的组合策略
- 165 / 建设店铺网站的最佳方案
- 166 / 进行网站维护的要点
- 166 / 网络销售的几种主要类型
- 167 / 网络销售的技巧
- 168 / 网络营销的库存管理很重要



Open 第8章

店铺的员工培训与管理

在选择店铺的销售人员时,最流行的鉴别方法是考虑申请人的性别、年龄、个性、知识、智力、文化程度和经历,从中挑选适合的人员。

- 169 / 店铺选择销售人员的标准
- 170 / 科学招聘员工
- 171 / 组织员工培训
- 172 / 通过培训创造差异、提高效率
- 172 / 店铺员工培训的主要内容
- 173 / 店员必备的商品知识
- 174 / 配备和安排店铺员工
- 175 / 销售人员工作时间的安排
- 175 / 如何激发店员的工作意愿
- 177 / 提倡团队精神的作用
- 178 / 培育团队精神的方法
- 179 / 员工满意战略(ES 战略)
- 180 / 建立员工绩效考核制度
- 181 / 建立按劳取酬的薪资制度
- 182 / 建立利益共享的福利制度

Open 第9章

店铺的待客服务之道

美国市场营销学会(AMA)的定义是:“可被区分界定,主要为不可感知,却可使欲望得到满足的活动,而这种活动并不需要与其他产品或服务的出售联系在一起。

- 183 / 什么是服务
- 183 / 影响顾客满意度的因素



开店

要掌握的基本知识

Open

- 185 / 提高顾客满意度的方法
- 186 / 服务战略的整合
- 188 / 贯彻顾客满意战略的要点
- 190 / 贯彻顾客需要战略的方式
- 191 / 服务质量管理
- 193 / 为顾客提供周全的服务
- 193 / 为顾客提供一个满意的购物氛围
- 194 / 通过优质服务提高店誉
- 195 / 店员礼仪
- 197 / 如何招呼光临的顾客
- 199 / 向顾客推荐商品
- 201 / 欢送顾客的技巧
- 202 / 重视顾客的抱怨
- 203 / 缺货时也能让顾客满意而归
- 203 / 学会分析顾客购买心理
- 205 / 将顾客进行分类
- 206 / 观察顾客细枝末节的举止
- 207 / 如何对待“我要走了”的顾客
- 207 / 如何对待没有主见的顾客
- 208 / 如何对待现在不买的顾客
- 208 / 如何对待还没有决定的顾客
- 209 / 如何对待“到别处去看看再说”的顾客
- 210 / 如何对待有急事的顾客
- 210 / 如何对待已经买过商品的顾客
- 211 / 如何对待觉得价格高的顾客
- 212 / 如何对待买不起的顾客
- 212 / 如何对待说“让我考虑一下”的顾客



- 213 / 如何对待说“究竟该不该买”的顾客
- 214 / 如何对待说“以前用过,不好”的顾客
- 214 / 案例:联邦软件“化无形为有形”的服务

Open 第10章

店铺的财务管理

并不是每一个对数字敏锐的人都会成为优秀的企业主,但是,优秀企业主会牢牢地把握企业的数字。

- 217 / 对数字感觉敏锐才能成功
- 218 / 磨炼你对数字的感觉
- 219 / 掌握金钱感觉的方法
- 219 / 安排启动资金的方法
- 220 / 学会善用有限的资金
- 221 / 制定周密的资金运用计划
- 222 / 了解开店的损益平衡点
- 223 / 认真估算回收期、安全存量和存货周转率
- 223 / 拟定销售计划
- 224 / 制作现金流量预估表
- 224 / 影响营业额的因素
- 225 / 开店需要掌握的财务知识
- 225 / 开店需要看懂财务报表
- 227 / 几种主要财务报表
- 229 / 店铺的财务状况分析
- 233 / 培养正确的成本意识
- 233 / 正确看待有关成本的各项数字



234 / 向商品购买者预收货款

235 / 采用赊购方式购进商品

236 / 控制成本的基本方法

Open 第 11 章

店铺的安全管理

根据以往的经验,许多公共场所所发生的意外突发事件,往往不是意外,而是因为人为的疏忽。

237 / 了解店铺的安全管理

237 / 公共安全管理的分类

238 / 做好开(关)店门的安全管理

239 / 做好保安报告管理

239 / 做好锁匙、金库管理

240 / 防止偷窃的要点

240 / 运用电子防盗系统

241 / 预防店职员偷窃的方法

242 / 预防厂商偷窃的方法

242 / 预防顾客偷窃的方法

243 / 做好防抢工作

244 / 预防意外事故的发生

246 / 造成灾害的主要原因

246 / 发生事故时的应变处理原则

247 / 预防安全管理中的疏失