



开店

你也可以

You Can Also Own A Shop
Like VIVIDUS

学好彩开快印店

A Guide For Setting Up Digital Printing Shop



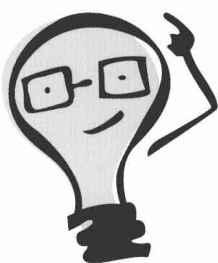
一个奇迹：从“门外汉”成长为快印业“大腕”

两个秘诀：客户永远是对的/员工永远是对的

三个颠覆：快印业也是服务业/经营快印店就像经营麦当劳/重视“小顾客”



印刷工业出版社



你也可以

You Can Also Own A Shop
Like VIVIDUS

学好彩开快印店

A Guide For Setting Up Digital Printing Shop



图书在版编目 (CIP) 数据

你也可以开店——学好彩开快印店/许明科著.

—北京:印刷工业出版社, 2013.2

ISBN 978-7-5142-0782-8

I.你… II.许… III.印刷企业—印刷管理 IV.F407

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第304577号

你也可以开店——学好彩开快印店

You Can Also Own A Shop Like VIVIDUS. A Guide For Setting Up Digital Printing Shop

许明科 / 著

图书策划: 刘 艳

责任编辑: 郭 蕊

责任校对: 郭 平

责任印制: 张利君

责任设计: 张 羽

出版发行: 印刷工业出版社 (北京市翠微路2号 邮编: 100036)

网 址: www.keyin.cn www.pprint.cn

网 店: pprint.taobao.com www.yinmart.cn

经 销: 各地新华书店

印 刷: 北京亿浓世纪彩色印刷有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16

字 数: 300千字

印 张: 16

印 次: 2013年2月第1版 2013年2月第1次印刷

定 价: 40.00元

I S B N : 978-7-5142-0782-8

如发现印装质量问题请与我社发行部联系。

发行部电话: 010-88275602 直销电话: 010-88275811

Contents 目录

01

开一家赚钱的快印店 1

“有滋有味”的快印店 2

“门外汉”的门道 3

“寒流”中的快印业出路 5

02

下定决心创业 8

了解快印店 9

你是否适合从事快印业 12

创业前的准备 14

03

理念从哪里来 19

没有理念就没有灵魂 20

设计理念 开一家什么样的店 21

理念不是摆设 23

04

开业计划的制订 25

从构想到纸面计划 26

快印店的资金需求 27

制定合理的营业额目标 30

选择加盟 33

05

商铺的物色 36

商铺物色的原则 37

商圈的划分 40

选定商铺 43

06

店面设计与店铺规划 47

CI设计与企业理念 48

店面设计——向麦当劳学习 51

合理的区域规划 54

07

制定产品计划 57

目标顾客决定产品的选择 58

产品定价 61

产品展现 64

寻找供货商 66

08

设备采购 69

市场定位决定设备选择 70

采购原则之一：

重点考虑供应商服务 72

采购原则之二：

不打无准备之仗 74

与供应商共赢 77

Contents 目录

09

人员计划 81

员工人数的确定 82

如何招聘合适的员工 84

开业前的员工培训 87

激励新员工 89

10

做好开业的准备 96

确定营业时间 97

操作规程的制定 99

建立销售团队 102

开业初期的促销 105

11

开业了 108

做好应对开业的准备 109

营业目标的调整 111

完善运营规则 113

如何选择管理软件 116

不可忽视的周边事宜 118

12

顾客永远是对的 121

服务就是“顾客永远是对的” 122

投诉不一定是坏事 125

做好服务的价值 129

Contents 目录

13

员工永远是对的 132

员工是企业最大的财富 133

把员工当作企业资源 135

员工成长的土壤 138

留住员工 140

14

企业文化不只是概念 144

企业文化是终极竞争 145

超越“老板文化” 148

企业文化存在于细节 150

15

店长从哪里来 153

店长来自于员工 154

店长的角色 157

16

“激活”80后、90后 160

了解他们 161

80后、90后的管理 167

17

有效的营销手段 172

口碑营销 174

积分营销 176

营销技巧与营销计划 179

Contents 目录

18

网络营销 181

流程的制定与改进 184

生产流程 185

采购流程 188

服务流程 190

19

店铺的升级与维护 192

何时店面需要重新装修 193

设备的维护 194

20

尝试开设2号店 197

开2号店的时机 198

步入新阶段——开展连锁经营 200

21

向麦当劳学习 203

形象的标准化 205

服务流程的标准化 207

产品的标准化 209

经营模式 212

附录 214

店面管理表格 215

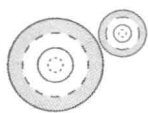
“好彩”员工服务礼仪规范 224

数字印刷管理办法 234

01

开一家赚钱的快印店

“有滋有味”的快印店
“门外汉”的门道
“寒流”中的快印业出路



“有滋有味”的快印店

“别犹豫，请进，这的确是快印店不是汉堡包店！”

干净整洁的环境、产品明码标价、顾客在柜台前耐心排队、身着统一服装的工作人员正在柜台后耐心地与顾客交流，这所有的一切都颠覆了大众印象里“打字复印店”的形象，不仅店面的设计让所有进店的顾客都眼睛一亮，接受过服务的顾客无不感受到一种似曾相识的服务体验——这不就是我们经常就餐的麦当劳、肯德基嘛？只不过这里提供的是快印服务而不是卖“汉堡”。

这家曾经被顾客“误会”为卖汉堡包快餐店的快印店名为“天津市好彩数码印刷有限公司”，只要去天津的任何一家“好彩”快印店，就能够感受到如此的服务。一提到好彩，体验过好彩服务的顾客马上联想到的就是可以在快印店里享受到如麦当劳般的服务品质，而“我也可以用麦当劳的要求去要求它”。

事实上好彩从2003年诞生之时就想把自己打造成为快印业里的“麦当劳”，这样一种定位于服务的理念让好彩这些年的经营颇具特色、有滋有味，也正是围绕着这样一种理念，好彩从最初默默无闻的单体店发展为今天拥有8个独立店面的数码快印连锁企业，从一台富士施乐DC 2060起家到拥有10台以上生产型数码印刷设备，从门庭冷清到每个月有2万人次的顾客来店里消费。也许以销售额或者利润率来衡量，好彩并不是做得最出色的快印企业，但好彩却拥有着最多的顾客。

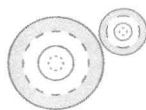
近10年来，好彩沿着当初的既定目标走到今天，在天津快印市场拥有了极高的市场认知度和美誉度，要知道天津当地每10个出租车司机，就有6个司机知道一家或几家好彩快印店的位置。如今的好彩已经成为了天津数码快印行业的一块招牌，并占据了极高的市场份额，其整体年利润率也都保持在20%以上，而在好彩所开的8家快印店之中，第4家店只用了2个月时间就实现了赢利。

当初我们创办好彩的“冲动”来自于在美国、日本看到了而国内尚未开展但在经济发达国家却相当兴盛的快印服务行业，好彩今天的发展壮大也印证了当初的想法并不只是“冲动”。在时下“创业”越来越流行的今天，如果要创业，开一家如好彩的快印店应该是不错的选择。

“门外汉” 的门道

有意思的是，我可以说是个地地道道的数码快印业的“门外汉”。“非专业人士真的能打造出一家成功的快印店吗？”对于这一点，肯定会生出很多疑问。不过以现在好彩的发展情形看来，这样一个“门外汉”凭借着自己在国外快印店的体验所产生的兴奋和热情，却找到了走进成功经营快印店殿堂大门的钥匙。

因为不是这个行业的人，所以在没有客户根基、不会跑业务的现实下，决定了好彩必须要以全新的、不按照常规的经营方式来赢得市场——以麦当劳为榜样，把数码快印当成服务业来经营，它照顾到的



是每一个普通人，而不仅仅是某些设计公司、设计院或者是业务量大的大公司。

作为服务行业，企业首先要做到的便是明码标价、价格统一且价格透明，这显然与当时国内快印行业的氛围和经营理念都格格不入。当初的快印店就像传统印刷工厂一样，将自身定位于加工业，不会对所提供的产品和服务明码标价，生产者和顾客彼此可以讨价还价，几乎所有的价格都是因人而异，这就导致了普通大众不敢去快印店做活，因为“怕挨宰”。好彩则是希望打造出一家为普通大众服务的快印店，“一张起印”的概念使普通老百姓都能够接触到印刷。

但话又说回来，只要是企业，追求最高效益本就是一件非常理所当然的事情，而这样做却容易忽略掉另一个重要的事实，过分重视效益使得企业往往用“卖方视角”来看问题，结果就使普通顾客感受不到快印店的魅力和特色，顾客眼中的每一家店本质上并没有什么不同，快印店之间也因为缺乏特色而容易陷入到价格战中，损害了整个行业的利益。

不仅如此，在“体验经济”当道的时代，只从销售方的角度来考虑企业的经营并不符合经济发展的潮流。尤其是遇到了全球性的经济危机，如果业务的重头都放在所谓的一些大客户身上，那么现在的日子肯定非常不好过。而把服务对象着眼于每一个普通大众的好彩却不同，在今天经济大环境相当不利的情况下，好彩仍然做到了营业额持续、稳定地上升。

好彩的另辟蹊径其实并非“异想天开”和无迹可循，无论是曾红极一时的快印业先锋美国金考（Kinko's）还是已经在东京上市的Lithmatic都是好彩的榜样。这些成功的快印店品牌都把自己当作服务业来经营，认同这一理念的好彩完全是按照国外快印店的概念去做，包括店面装饰、设备引进、经营管理等，当然也做了足够多的本地化改进。

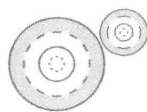
在发达国家，连锁经营已经成为服务业的主要模式，所以无论在美国还是日本，快印店都几乎被几个品牌所垄断，成功品牌所展现出来的强大实力是好彩一直坚守初衷、坚持走与众不同之路的力量。其实每一个去日本的人都可以轻易看到，200~300平方米甚至面积更大的快印店都能开在店面租金最昂贵的东京银座，新宿、涩谷等地方也能看到“打字复印店”，而所有这些无疑都将成为好彩信心的来源。

“寒流”中的快印业出路

也许不少人认为，好彩是赢在了好时机，而现在的情形无论怎么看，都不利于创业，因为无论是快印行业还是其他行业，都无可避免地深受经济不景气的影响。

不得不感叹，国内快印行业的真正发展的时间不过十余年，却已经进入了“微利时代”，“供过于求”的说法比比皆是，快印企业之间的价格苦战似乎成为了不可逆转的大趋势。近几年全国各地出了一些“快印杀手”，所到之处如摧枯拉朽般把快印价格一夜之间拉了下来，例如A3幅面的彩色印刷从3元快速跌落到0.7、0.8元，使得快印业本来就有限的利润，片刻之间所剩无几。现在，这些杀手不仅在一些大城市“活跃”，更有要把这一战果向中小城市转移之势。

如果是在几年前，经济仍然向好的情形下，原来普遍过得很舒服的快印企业是能够承受激烈的价格竞争的。然而现在国内经济形势对快印店行业来说不是很有利，物价的涨幅较大，原材料普遍上涨，快印行业所使用



的所有原料和耗材都在上涨，但顺着此前的竞争轨迹，快印店无论打印还是装订的价格别说是跟着涨，不落价就很不错了，况且上涨的不仅仅是原材料成本，人员成本也在节节攀升。

雪上加霜的是，以前房地产行业作为整个社会的支柱产业，带动了整个GDP的上升，当国内出台房地产行业的调控政策之后，对快印行业也产生了很大的冲击，待建的房子少了，要建的房子不建了，所以一些快印店的大户，如建筑设计也不像以前红火了，因而依赖于建筑设计的快印店的营业普遍缩水，最多的已经缩减了50%甚至更多。同样，随着全国各个大中城市的地铁、轻轨的建设接近尾声，靠大型基础建设发财的快印店的日子也不好过。

当企业过度依赖于某些行业或者某些企业，现在看来是多么危险，倘若回到几年前，相信多数快印企业一定会认真思考这个问题——是急功近利地挣快钱，还是找到可持续发展的模式良性成长，实现正向螺旋上升。的确在以往，很多是通过快印店的畸形发展挣到了大钱，但那可能都要成过去式了，“冬天的到来”反而应该是返璞归真的时候。

那么在既不是经济高速增长期，也不是泡沫经济的现在，快印店的出路在哪里？当市场经济愈加成熟，竞争也愈来愈白热化之时，市场就是硬道理，谁得到市场的认可，谁就会更安全，这个市场可不是指建筑设计或者广告印刷，或某个特指行业的小众市场，而是指全社会。经济衰退会使快印企业很不幸地失去一些大客户，但仍然会有无数小公司，甚至普通的顾客的支持，如果仅仅依靠几个大客户来做店，大客户的失去就不是幸运不幸运的事了，对于这家快印店来说可就是灭顶之灾。

而在大浪淘沙之后，好彩就是一个赢在今天的例子。好彩虽然没有挣到大钱，没有所谓的超级利润，但不依赖任何大客户，一直认真真地为数量众多的客户服务，现在的结果却是相对安全的。其实快印店的雏形就

是打字复印店，本质就是为社会服务的，快印店不是快印工厂，不是专门为某几个大客户服务的，应该是为社会服务的，原因在于它占用了城市的资源——店面。

有了社会大众，快印店也就有了长期生存的基础，就像麦当劳又或是7-11便利店。既然快印店被称为“店”，就一定要按店的概念来做，而不是传统工厂接单的概念，所以要在民众的个性化需求上，将快印店转化为社会服务的快印便利店，增加快印店产品和服务的附加值，不断吸引顾客走进你的快印店并愿意为你的产品和服务支付增值的部分。而只要认清楚这一点，就会发现，任何时候可能都是创业的时机，只是方式、方法的不同。

一直倡导向麦当劳学习的好彩已经走在了前面，“以服务为核心”的理念也成就了好彩的个性乃至本质，脱离了传统模式的束缚。不过好彩也是通过无数次的坚持和长期的摸索找到了其中的诀窍，接下来，本书将通过案例详细说明好彩是如何将服务理念融入快印店的模式，如何用服务业的标准来经营以及如何向麦当劳学习的，希望能给有创业目标的朋友以借鉴，找到自己的经营诀窍。



02

下 定 决 心 创 业

了解快印店
你是否适合从事快印业
创业前的准备

了解 快印店

对于快印店，绝大多数人都不陌生，小到复印身份证，大到标书的制作，都与快印店关系密切，这些出现在大街小巷的快印店，既有面积10平方米的家庭店，也有几百上千平方米的大型连锁店。

快印店不是什么新生事物，改革开放30年来，快印店一直伴随着社会发展而存在和壮大。最早的街边打字复印店就是快印店的雏形，那时无论中文打字还是英文打字都可以说是很专业的事，需要专业的打字机和受过专业训练的人来完成，其神秘和复杂程度不亚于今天的Adobe Photoshop之类的软件。

复印机的价格也贵得惊人，复印店的设备大多是从国外进口的二手机，质量好的新设备只有大型的国企才有实力配备。彩色复印更是近十几年的事，而且价格很高（当时在天津复印A4的彩色印张需要20元），不是普通百姓能消费得起的。

现代意义上的快印店（也称图文店）的发展是近10年的事。作为传统印刷业的补充，图文快印以一个新兴产业的角色出现，利用最先进的彩色、黑白复印及数码打印设备，服务于一些相对印量少、作业时间要求短的客户。发展初期，国内并没有多少人看好图文快印行业，但是数码印刷机的出现给快印店带来了新的生机，今天的快印店已经在全社会大行其道，出现在大街小巷为各个阶层的普通人服务。