

K
顾苗勤 编

Kaiyijia zhuangqiande xiaomaibu

开一家赚钱的 小卖部



- ★ 小卖部的生意经
- ★ 初始投入可多可少
- ★ 适合低收入者微资进入
- ★ 本书对小卖部的
- ★ 选址定位
- ★ 进货导购
- ★ 经营策略
- ★ 等阐述精练
- ★ 请你从中淘宝吧

CONTENTS

开一家赚钱的 小卖部



- 小卖部的选址
- 小卖部的经营范围
- 小卖部的进货渠道
- 小卖部的定价策略
- 小卖部的促销手段
- 小卖部的员工管理
- 小卖部的财务管理
- 小卖部的风险管理
- 小卖部的品牌建设

K

顾苗勤 编

Kaiyijia zhuangqian de xiaomaibu

开一家赚钱的 小卖部

湖北人民出版社



鄂新登字 01 号
图书在版编目(CIP)数据

开一家赚钱的小卖部/顾苗勤编.
武汉:湖北人民出版社,2007.1

ISBN 7 - 216 - 04734 - 6

- I. 开…
- II. 顾…
- III. 零售商店—商业经营
- IV. F713.32

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 092365 号

开一家赚钱的小卖部

顾苗勤 编

出版:湖北人民出版社
发行:

地址:武汉市雄楚大街 268 号
邮编:430070

印刷:武汉凯威印务有限公司
开本:787 毫米×980 毫米 1/16
字数:232 千字

经销:湖北省新华书店
印张:9.5
插页:1

版次:2007 年 1 月第 1 版

印次:2007 年 1 月第 1 次印刷

印数:1 - 6 000

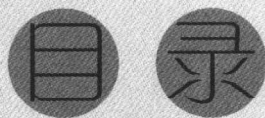
定价:18.00 元

书号:ISBN 7 - 216 - 04734 - 6/F · 874

本社网址:<http://www.hbpp.com.cn>

MULU

第一章



小卖部的筹备 /1

- 第一节 规划好开小卖部所需资金
- 第二节 小卖部的店址选择
- 第三节 租房注意签合同
- 第四节 小卖部店名的选择

第二章

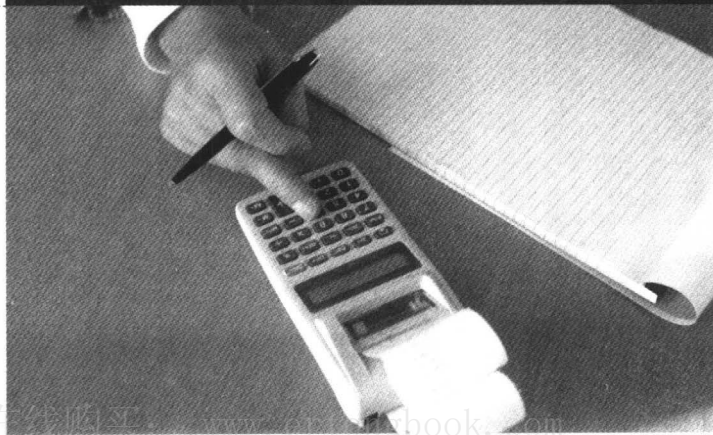
小卖部环境设计和硬件购置 /19

- 第一节 小卖部的装修
- 第二节 小卖部环境与外观设计
- 第三节 小卖部店内布局和
货架陈列
- 第四节 小卖部的色彩、照明设计
- 第五节 小卖部硬件设备的购置
和使用

第三章

小卖部的商品陈列和气氛营造 /4

- 第一节 小卖部的商品陈列
- 第二节 小卖部购物氛围营造



- 第一节 营业者对顾客的服务态度
- 第二节 营业者对顾客的服务礼仪
- 第三节 小卖部收银服务规范
- 第四节 商品的介绍与销售服务
- 第五节 顾客投诉与纠纷处理
- 第六节 小卖部如何抓住顾客的心

- 第一节 小卖部商品的类别管理
- 第二节 小卖部的商品定价方法
- 第三节 小卖部商品销售管理要领

- 第一节 小卖部的广告
- 第二节 小卖部的促销

第四章

小卖部的服务管理 158

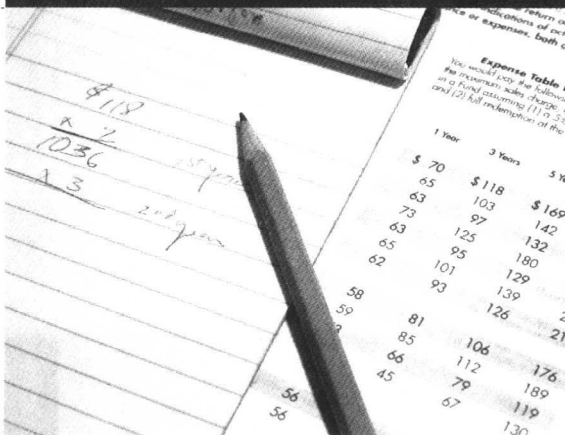
第五章

小卖部的商品销售管理 /

第六章

小卖部的广告与促销 /10

MULU



MULU

- 第一节 小卖部商品的采购
- 第二节 小卖部商品的导入管理
- 第三节 小卖部滞销商品与畅销商品的管理
- 第四节 小卖部的存货管理

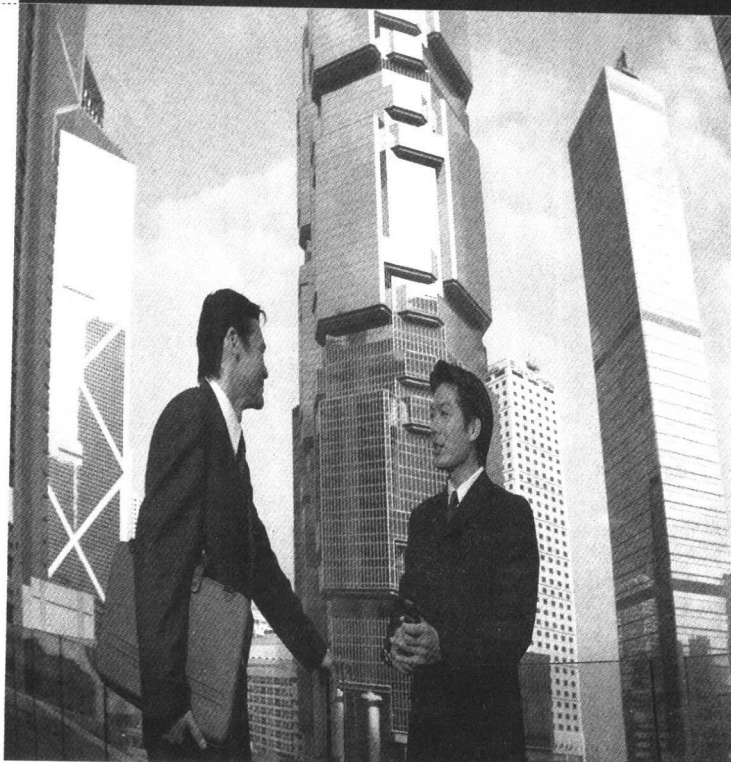
第七章

小卖部商品的导入和存货管理 /111

第八章

小卖部的安全卫生管理 /135

- 第一节 小卖部治安管理
- 第二节 防范各种意外事件
- 第三节 小卖部的清洁卫生管理



第一章

小卖部的筹备

XiaoMaiBuDe
ChouBei

第一节 规划好开小卖部所需资金

一、如何估算首期资金

正所谓“凡事预则立，不预则废”。准备投资之前，一定要做好计划，充分准备，才能有备无患，确保正确投资。有了一定的创业资金，就要考虑如何有效地分配和使用资金，把好钢用在刀刃上。在资金分配使用上，一定要考虑“有效、合理”的原则，切忌奢侈浪费。有的经营者在创业初期，盲目追求小卖部装修的档次、货物的数量和品种，甚至出入打车，本来可以节约的钱，却大把大把地花在不必要的开销上，加大了开支，浪费了资金，甚至会影响今后的经营。

小卖部的投资可根据租房所处的地段、位置、面积大小及个人的意愿来综合考虑。一般把投资分成以下几个部分，房屋租金、装修及需购进设备的费用、首次进货成本、员工工资、宣传经费以及流动周转资金。

开小卖部的资金使用计划又可分为开店前计划和开店后计划。开店前的资金使用计划主要包括：租房费、装修费、小卖部其他设备物资准备费等。开店后的资金使用计划主要包括：经营运转资金、商品采购资金，如果有贷款的话还有借款利息等。在制定资金使用计划时，应该针对小卖部所需的各种费用项目作出明确的划分。

开店前的资金调配计划，是配合开店前资金使用的需要而准备的，是来自自有资金或借贷资金，若在调配使用时能认真加以控制，对降

低投资成本很有帮助。开店后的资金调配计划，是配合营业活动情形使用的，它是针对如何扣除经营费用的剩余金额，如何进行折旧摊销以及各项应收、应付费用等作调配，以求经营资金的灵活周转。

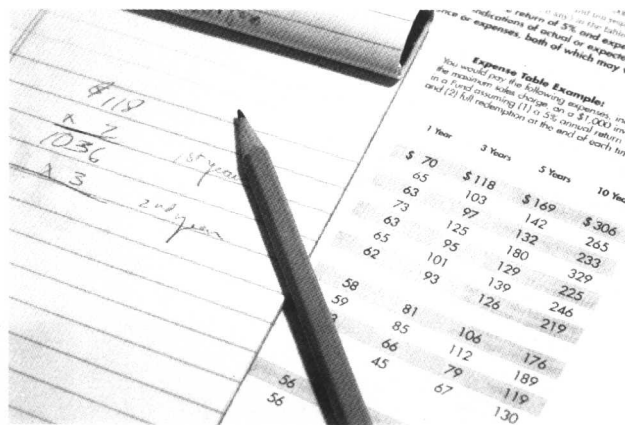
以一家 10 平方米的小卖部为例，店租为 1000 元/月，货架、冰柜等基本设备支出约 4000 元，店面装修约 5000 元，首次进货约 5000 元，合计约需 15000 元的开业资金。

假设选择的是一间 20 平方米左右的店面，月租金为 4000~5000 元，那么，季付租需投入 1.2 万元左右；装修及购进必需设备需要 6000~7000 元；首次进货资金需 1.5 万元左右；第一个月的员工工资及宣传推广等费用需要 3000~4000 元，再需预留一笔流动周转资金，这样，前期投入 4 万~5 万元。

此分配模式仅供参考，投资经营者可根据自身情况决定。

二、开店资金筹集来源

正所谓“用钱创造财富！”在众多创业失败的例子中，资金的不足经常是最后让创业者黯



然落下“英雄泪”的主要原因。因此，信心满怀的创业者别忘了半年内可能无法赚到一毛钱，创业者因而要有所警惕及万全的准备，以渡过难关。

创业者在筹措创业资金时，必须是以能支付小卖部创业第一年所有的营运开销为目标。一般而言，除非中了彩票特奖外，创业者的最简单、最方便的募集资金方式便是从每月的薪资袋中节省下来。如果这方式对你而言并不是个好办法，向外募款的办法也是最普遍的资金来源。

创业者募集创业资金的来源相当多，简单的说，亲戚、朋友、银行、房屋抵押、退休金，甚至是信用卡借贷也能派上用场。但是，创业者必须谨记在心的，一位成功的创业者总是知道如何善用各种管道去募集充足的资金，来作为创业的坚强后盾，千万不可只从单一管道取得资金，以免一旦资金吃紧时找不到后路来救急。

当你初步选定了生意项目，接着要解决的问题就是筹集资金。而因为筹集资金不利，有很多人经商的念头成为泡影。那么，如何合理地筹集资金呢？

1. 个人存款。平时要注意节约，尽量多存一些创业启动资金。

2. 银行贷款。在我国，申请银行贷款一般来说很不容易，除非你有房地产作抵押，另当别论。还有就是你的创业计划引起某些有产业的公司的浓厚兴趣，愿意合作，可请他们担保，向银行申请贷款。

3. 亲朋借款。如果你有一二个先富起来的朋友或亲戚，是最理想的借钱对象了。不过，跟他们借贷时，你要向他们详细介绍你的生意计划，使他们对你今后还款能力有信心，还要明确讲好偿还借款的期限和利息，写好借据。否则也会出现矛盾，损害感情。

4. 供应商。有些供应商允许你赊购某些存

货和商品，这种无本生意，何乐而不为？等你赚了钱，再还给那些好心人吧。

5. 出租或抵押财产。如果你有决心达到目标，那么，出租或抵押财产是一种最直接的方法。“真正的商人要敢于拿妻子的结婚项链去抵押”——这句话是美国著名的小商品经营家格林尼所说的。

三、对外寻求资金支持

对于每一个创业者来说，几乎都遇到过缺乏资金的问题，这时候，人们首先想到的，一般都是拿出全部的积蓄，或者向亲友借款、向银行抵押贷款。那么，自己的积蓄不够怎么办？亲友没有余钱怎么办？向银行贷款没有抵押物品怎么办？是不是就没有办法筹到创业资金了？其实，只要你广开思路，还是可以找到许多更有效更合算的筹资办法的。

1. 银行提供的免担保创业信贷

一般人们总认为，要向银行贷款必须自己提供担保或者抵押，其实情况并非都是如此，现在银行为了拓展信贷业务，充分考虑了创业者寻找担保的实际困难，纷纷主动寻找担保方，为有意创业的人提供免担保贷款。例如浦东发展银行就有一项创业特许贷款，工商银行上海分行也曾推出过个人助业贷款，力邀柯达公司作为担保方，为申请开办柯达快速彩扩店的业主提供信贷资金。这种信贷业务种类繁多、手续简便，但是一般都有较强的时效性，而且不同的银行可提供的贷款额度也不尽相同，创业者可到各大银行进行咨询。

2. 以低代价盘来亏损企业向银行抵押贷款

其实有不少人就是通过这种以小博大的方式发家的。当然，这种求资的方法风险比较大，获得创业资金的代价是一大笔债务，但是创业本来就是风险和机遇并存的，如果你有足够的胆识，那么这种融资的办法将能帮助你在更短

的时间里更快地走向成功。

3. 投资者提供的风险投资

事例：高桂花是某粮油食品小卖部的职工，近年来小卖部连年亏损，上级公司决定将该小卖部向社会进行公开拍卖。高桂花十分看好这家小卖部的未来，经过分析她认为小卖部地理位置十分理想，之所以亏损主要是因为经营管理不当，只要对商品的品种结构作一番调整，再加强小卖部的内部管理，就完全可以盈利。但是，要将小卖部拍到手，起码得有 10 万元以上的资金，凭自己的实力显然无法企及。于是高桂花想到了昔日的同学肖国林，肖国林如今已是庄氏集团的董事，找他借几十万元应该不成问题。肖国林了解了高桂花的来意后说：动用集团的资金必须经过董事会讨论，而外借资金一般是难以通过董事会的。假如以投资的方式参与合作竞拍估计是可行的。一个月后，高桂花在庄氏集团 10 万元风险投资的支持下一举拍得了粮油食品小卖部，并很快进入了门面的重新装修阶段。

高桂花无意中得到了一笔风险投资，这对于亟需发展壮大创业者来说，其实远比借款的方式来得更为见效。如今有很多的大公司大集团甚至个人手中都掌握着大笔的闲置资金，他们正为没有好的投资项目而心烦着呢，他们也十分希望能找到一个可靠的投资对象。因此，假如你有好的项目，不妨找找风险投资。如何寻找风险投资？当然，你可以通过亲朋好友的介绍，也可以委托专门的风险投资公司代理，还可以适当做点寻资广告或者上网发布寻资信息。

4. 大公司提供的加盟设备资金支持

正所谓“背靠大树好乘凉”。有许多大公司为了扩大市场份额，正纷纷选择连锁经营的方式来扩充自己，为了有效而快速地扩大连锁经营的覆盖面，他们广泛吸收个体业主加盟经营。为此他们常常会推出一系列优惠待遇给加盟

者，这些优惠待遇或是免收加盟费，想创办小卖部的人不妨加盟商品连锁店来实现自己的创业梦想。

四、筹资不必怕贷款

小卖部从筹备到正式开业，需要多方面的资金投入，如租房、店面装修要花钱，购置设备要花钱，聘用员工要花钱，办理手续要花钱。开业后还需要一部分流动资金，小卖部的经营活动才能开展起来。有些立志创业的人往往苦于资金的短缺，而难以起步，特别是下岗职工，生活还有困难，哪有那么多钱来创业开店呢？

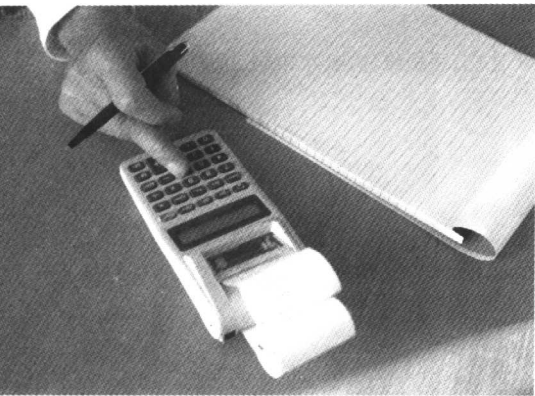
开店不同于生活，普通人生活就怕借钱，因为生活就是花钱，而开店就不一样了，它是可以赚到利润的，所以开店就不能怕举债，当然了，不举债最好，但是要有了方向与好的创业机会，举债只是整个创业途径的小过程。

所以，开店时筹措资金，可以考虑贷款。贷款时应将详细的可行性资料一并报送银行，加深银行对其项目可行性的了解，从而就会增加贷款计划实现的可能。

个人向银行申请贷款的形式主要有五种，包括信用贷款、保证贷款、抵押贷款、质押贷款、票据贴现。目前各银行对个人一般只开展特种消费抵押贷款（如汽车、住房等）和小额抵押贷款（个人定期储蓄存单小额抵押贷款）。

下面我们介绍一下为开店而进行贷款的实用信息。

小额抵押贷款。小额抵押贷款是指借款人可以用未到期的整存整取、存本取息、大额可转让定期存单（记名）和外币定期储蓄存款存单作抵押，向所开户的储蓄所或其介绍的储蓄所申请贷款。小额抵押贷款起点为人民币 1000 元，每笔贷款不得超过存单面额的 80%（外币存款按当日公布的外汇买入价折换成人民币计算），贷款最高限额不超过人民币 10 万元。借款期



限不得超过抵押存单的到期日,若为多张存单抵押,以距离到期日最近的时间确定贷款的期限,且最长不超过1年。贷款利率按同档次流动资金贷款利率只设半年期和1年期两档利率,贷款期限不满6个月的按半年期贷款利率计算,超过6个月的按1年期贷款利率计算,提前归还贷款按原定利率和实际贷款天数计算,如遇到利率调整,在贷款期内利率不变。小额抵押贷款应按期归还,借款人无法按期归还时,逾期1个月内(含1个月)的,将自逾期之日起在原利率的基础上加收20%的利息;逾期1个月以上,借款人仍无法偿还的,贷款机构有权将抵押存单作抵还贷款处理。

另一方面要了解个人向银行贷款应具备的条件。个人向银行贷款必须具备以下条件:

- (1)持有工商管理部门颁发的营业执照或有关部门批准的文件;
- (2)必须有30%~50%的自有流动资金;
- (3)确有偿还贷款的能力和担保;
- (4)遵守国家政策、法规,符合批准的经营范围。

五、1+1 模式开店

如果你想开个卖部,一时资金不足,或

在一个自己看中的地段很难找到门面或只是想试业等,可以考虑1+1模式经营小卖部。

1+1模式就是在别人已开张的门面中,与该老板协商,加入自己的小卖部。

比如最传统的模式是一个小卖部附带一部公用电话。如今有更多的组合模式被应用,如小区内小卖部可与饮食店合租;小卖部也可以引进电脑彩票销售,某小卖部门面月租金3000元,转租部分门面给体育彩票和福利彩票销售商,每月收租金1200元,这使其门面费用降低到1800元,很多购买彩票的顾客有时会顺便买点小东西。而小卖部还可以考虑和加油站、公共卫生间、裁缝店合作。在各类大型公共场所开小卖部更是好生意。

1+1模式开店好处是,二者互为补充,多方面吸引顾客,充分利用门面空间,相对降低门面租金,不用大量装修店面,不用从头开拓消费群体,因为第一个项目的经营者已有不少的消费群体,如果你开设相关项目,就可以吸引他们的消费,同时减少投资风险,一旦生意砸了,损失比单独门面小得多。

合作原则:1+1经营不只物流问题,还有与人合作问题,只要合同尽可能地把出现的问题书面陈述清楚,麻烦会少得多。

合同内容大致为:

- 1.双方房租和其他费用分摊;
- 2.门面钥匙各一;
- 3.营业时间彼此不限制;
- 4.广告招牌在门面上面和两边分装。

在你所意属的地段中找寻合适的伙伴,共用一个店面,不但可以节省租金,如果同一屋檐下的两种行业,顾客属性雷同且产品可以互补的话,更可以收到相辅相成之效。时下这些复合店的形式极多也相当常见,例如小卖部与礼品店、书店与咖啡厅、商品与服装店、陶艺品与茶艺馆、妆饰与小吃、书店与文具、家用电器与电脑、房产中介与装修工程等,都是常见的

组合。

在深圳这种 1+1 模式已经很普及,小卖部主要以与干洗店、手机维修店、水果店、小卖部、珍珠奶茶店合作为大多数,你不妨可以借鉴一下!

第二节

小卖部的

店址选择



开小卖部,必须具备营业场地。因此,确定营业场地是小卖部产生和发展的基础。店址选择是根据小卖部发展战略,对可能建店的地址进行调查、分析、比较、选择后,最终确定对该土地或房产使用权的决定。

店址选择包含两重意义:宏观选址与微观选址。宏观选址是对某个地区及某个城市的选择,而微观选址则是对某个街区及具体位置的选择。两部分密切联系,宏观制约着微观,而选址最终要落实到微观上来。

与小卖部经营所需的人、财、物、信息等元素相比,小卖部位置具有长期性和稳定性的特点,是各种要素中最不灵活的一个因素。当外部环境发生变化时,其他因素都可以随之进行相应的调整,但店址确定后要变动会很困难,这是因为小卖部经营者不能随意破坏租赁协议或放弃已建成(或在建)的工程;再说了,店址变动后会牵一发而动全身,牵涉到其他许多因素的变动。比如,新铺面是否要重新装修等问题。因此,店址一旦确定,一般不要轻易更改,否则会带来资源的巨大浪费。

一、小卖部商圈的选择

商圈也称商势圈,它是指企业吸引顾客的空间范围。如某店能吸引多远距离的顾客来店购物,这一顾客到小卖部的距离范围,就称为该企业的商圈。日本一位商圈研究的专家井铁卫指出:“所谓商圈就是现代市场中,企业市场活动的空间范围,并且是一种直接或间接地与消费者空间范围相重叠的空间范围。”

经营一家成功的小卖部,其所需要的条件很多,不过,商圈好坏对营运成功的影响力,可说是关键,因为地点好坏直接影响小卖部营运的成功率。因此如何选择一个好的商圈,对小卖部日后的经营发展,有很大的影响。

小卖部和其他小卖部的商圈指的是一个具体的区域空间,这个区域是由每一个小卖部的特有的地理环境作为基础所决定的。它的商圈,对于小卖部经营者来说,即是他们进行市场营销活动的空间范围,在这一空间中,小卖部向消费者提供他们所需要的商品与服务,也正是

由于小卖部采取积极的营销活动,才创造出各自独特的商圈。这个商圈对于消费者来说,则是他们进行购物活动的行为空间。因此,我们可以把小卖部商圈定义为:在现代市场中,小卖部进行销售活动的空间范围,它是由消费者的购买行为和小卖部的经营能力所决定的。

通过商圈调查,可以预估小卖部坐落地点,可能交易范围内的住户数、消费水准、流动人口量、营业额;通过实地评估,就小卖部地理位置的便利性、人的动线与流量、车的动线与流量、接近性、视觉效果等,判断该点是否适合开店,这样才不致因为盲从而贸然开店,得不偿失。

小卖部的商圈一般具有比较明显的层次性特征。区域性的小卖部的商圈大小由消费者居住状况及人口分布、交通状况及距离、市场竞争状况等决定。

小卖部商圈可划分为两种类型:

1. 徒步圈。指步行可忍受的商圈半径,也可称为小卖部的第一商圈,单程以 10 分钟为限度,商圈半径为 200 米以内。

2. 自行车圈。指骑自行车方便可及的范围,也称第二商圈,单程为 1 公里。

从商圈的形成及其构造的理论分析,可以将小卖部与商圈的关系分解为点、线、面、流四个层次。

点指的是商圈区域的圆心点或核心点,具有商圈的中心性特征。

线指的是商圈核心区对周围居住区的吸引力,它具有商圈吸引性的特征。

面指的是商圈的辐射范围和广度,亦即商圈核心区通过自身的信誉和经营实力,所能辐射的范围,它具有辐射性特征。

流指的是商圈形成后产生的人流、车流、客流,最终实现为物流和商流、信息流。

选址时通过对商圈的全面考察,了解商圈各层次内消费者的数量,收入情况,消费层次

及水平,实际需要等,从而决定是否在此开店,开店的话对所经营商品也有一定针对性。

二、考察环境,确定选址

小卖部的经营内容大同小异,都是以商品零售为主,其他服务为补充,走的是小型化零售企业的路子。这就决定了在前期的选址过程中,不可能拿出太多的时间、精力和金钱来做大量而详细的调查。这时候借鉴一下周围同行的经验,直接对同业的伙伴的经营状况进行分析,作为自己选址的参考,可以节省不少的开支。参考的同时注意要去芜取精,不要盲目地抄袭,同时要注意考虑自己小卖部开设以后对商圈内消费者的影响,以免造成恶性竞争。

小卖部及其他小卖部环境主要包括:

1. 自然环境。勘察周围地形,有无池塘、湖泊、河流、山坡和丘陵,有无高速公路、环形路及桥梁、铁路等障碍物的阻挡等。

2. 商业环境。了解周围是否形成商业区或商业街,如城市选址要考虑是否选址市级商业中心或区域性商业中心、居民区商业中心等。

3. 交通状况。对本店所选地址的周围交通状况和道路情况进行调查。了解有哪些交通干线经过这里,有无地铁站,交通干线途经车站和辐射的区域;驾车购物是否方便,是否可建停车场等。

4. 社会环境。是对选址地域风俗习惯、居民文化素质、有无地域性节庆、商业街活动等,进行社会调查。百货小卖部与所处环境的社会交往密切程度等。因此,必须注重与当地社会的融合。

三、考虑房租,也要考虑竞争店状况

小卖部因为总投入相对较少,房租在投入资金里占的比例相应的就比较大,小卖部销售商品的毛利虽然不算低,可是其行业性质决定了还是以经营普通商品零售为主,只能走薄利多销的路子,所以在小卖部选址的时候,房租的高低也是极重要的因素。

一般来说,不同地域里,大城市和沿海城市的房租相对较高,中小城市和内陆地区地价就相对低廉,同一城市在住宅小区,学校,企业周围的门面房租相对比较低,而繁华商业街,交通枢纽等地段的房租就相对昂贵。即使是在同一个商圈内,房租也因为位置的不同而不同。就支付时间而言,可分为月付、季付、年付、三年付或者五年付。依次交付的时间越长,平均每月的房租就会越低廉,不过手头上可供支配的流动资金就会越少,而且对将来经营、转行、市政建设等冒的风险就越大。

所以在小卖部选址的时候,要把房租的问题综合考虑进去,尤其对于房租昂贵的店址,要慎重考虑。

竞争店的调查,必须在竞争店未发觉的状态下进行。否则,会导致不必要的麻烦,从而对今后双方关系的发展不利。

1. 竞争店的选址调查

竞争店的选址调查应详细查明城市规划情况,选择地点周围的小卖部街的状况以及小卖部周围的其他情况,并与本店作比较分析。其结果,应反映到本店未来的经营规划与定位中。可从以下角度入手:

(1)道路情况、周围的池塘、河流、山谷、丘陵等与竞争店吸引顾客

能力相关的自然环境。

(2)与竞争店选定的地址相关的小卖部街等的商业环境。

(3)公共汽车、地铁等的交通工具。

(4)竞争店的商圈范围。

2. 销售规模调查

对竞争店的销售规模,可从以下角度入手调查。

(1)该店整体的销售规模

(2)各经营商品的部门销售规模

(3)顾客层次调查,主要包括:

①顾客的年龄层次

②顾客的收入层次

3. 竞争店的商品结构调查

商品结构与顾客层次有密切的联系。将上述顾客层次与本店进行比较分析时,有可能发现明确的因果关系。

调查竞争店的商品结构要点如下:

(1)商品的独特性

(2)品种齐全的程度

(3)商品的价格带



(4)商品的品质

(5)商品的数量

这种调查不仅对分析竞争店有重要作用,而且对制定本店的商品供应战略也具有较大价值。

如果开在大型小卖部附近,小卖部虽然有着机动灵活的销售优势,在整体竞争中并不亚于大小卖部,可是在个体竞争方面,单个的小卖部却并无优势可言。大小卖部由于可以从厂商直接集团式购货,批量式销售,成本相对较低,在商品价格上有较大的余地。而且在资金、规模、服务上也远非人单力薄的单体小卖部可以抗衡。

所以,在对竞争对手进行考察时,应综合考虑各个方面,如果可以形成良性竞争,达到双赢,就果断决定。如若相反,则要及时退出,以免造成不必要的损失。

四、小卖部选址时要考虑的几个因素

1.不要迷信风水

一家小卖部能否赚钱,是和大的经济背景以及店址的选择、经营的项目、服务的好坏分不开的,但是绝对和风水或者其他封建迷信没有关系,有不少商家喜欢在自己的店里摆一个招财猫或者张贴财神的画像,都只不过是表达一种美好的愿望。真正的要想赚钱,还是要靠聪明的大脑和勤劳的双手。开店经营一定要破除封建迷信。所谓的风水及其他鬼神之说都是无稽之谈。

需要注意的一点,因为中国是一个封建传统很严重的国家,尤其是在农村和一些中小城市,虽然这些迷信的说法毫无根据,可是从顾客心理考虑,在选择店址的时候还是要避免下列地点:

(1)死过人的地方,一般顾客不管信与不

信,对这类地方还是有心理障碍的。

(2)民俗中比较神圣的地方。

(3)其他民俗中忌讳的地方。

2.利用“拐角效应”

事实证明,开在街道拐角处或者三岔路口的小卖部往往能吸引更多的顾客。处于两条街交叉处的拐角能产生“拐角效应”,是比较理想的开店位置。拐角位置的优点是:可以增加橱窗陈列的面积;两条街道的来往人流汇集于此,有较多的过路人光顾;可以通过两个以上的入口以缓和人流的拥挤。但由于小卖部位置面临两条街,选择哪一面作为自己小卖部的正门,则是一个十分重要的问题。通常的做法是,选择交通流量大的一面作为小卖部的正门,也就是店面,而交通流量小的一面则作为侧门。当然也有同样重视两个门的,使人分不出哪个是正门,有时这也能收到良好的经营效果。

正常情况下,小卖部场所地面应与道路面基本处在一个水平面上,这样比较有利于顾客进店,被认为是理想的地理位置。但也有例外的情况,最常见的有两种,一种是设在坡路上的小卖部,一种是路面与小卖部地面高低有悬殊的。

其一,设在坡路上的小卖部。

小卖部开在坡路上,一般认为是不可取的。但总有些店会遇到这种情况,比如山城重庆的小卖部。因此,如果小卖部不得不设在坡路上的话,就必须考虑在小卖部与路面间的适当位置设置入口处,以方便顾客进出。另外,在橱窗的位置、通道的安排、商品的陈列等方面,都应当有适当的设计。

其二,路面与铺面地面高低有悬殊。

道路地面与铺面地面高低有悬殊时,也被认为是理想的小卖部地理位置。但在寸土寸金的大都市中,在地下、楼上或有几级台阶的房屋中开设小卖部,却是常有的事情。遇到这种情形时,对于小卖部的门面、入口、天花板和招

牌等设计安排更应特别注意,既要有利于吸引顾客进店,又要方便出入。

3. 了解政府政策和城市规划

小卖部开设地点的选择要分析城市建设的规划,既包括短期规划,又包括长期规划。有的地点从当前分析是最佳位置,但随着市场的改造和发展将会出现新的变化而不适合设店,反之,有些地点从当前来看不是理想的开设地点,但从规划前景看会成为有发展前途的新的商业区。因此,小卖部经营者必须从长考虑,在了解地区内的交通、街道、市政、绿化、公共设施、住宅及其他建设或改造项目的规划的前提下,作出最佳地点的选择。

尤其像拆迁、兴建小区、道路改造这样的问题关系到小卖部的生存,一定要紧密关注。

4. 要考虑安全便利因素

安全是企业发展的保证。如果产品或原料价值很高,防盗、防破坏就显得更为重要,在选址时须了解该地的治安状况是否良好,如果状况良好,就可以放心地定下来。否则,就要花费很多人力财力去做防范工作。同时,小卖部要经常与外界联系,尤其是信息的及时通达更为重要。这就涉及到通信是否方便的问题,这是开店选址要考虑的一个问题,也是影响安全的一个重要因素。

五、选好地段是经营硬

件

开一家小卖部,是极受低收入人群青睐的一种投资理财方式。的确,自己开小卖部当老板,假如经营状况比较理想,不仅可使你的财产得到有效的保值增值,而且还能在心理上获得一份成就感。因此眼下关注和涉足开小卖部的人已越来越多。要开店,就不能不考虑选择店面的问题。有关专家曾经指出:找到一个理想的店面,你的开店事业也就等于成功了一半。这话一点都不为过,开店不同于办厂开公司,以零售为主的经营模式决定了其店面的选择是至关重要的,它往往直接决定着事业的成败。

那么,开小卖部如何才能选到理想的店面呢?

1. 相信“客源”就是“资源”

在车水马龙、人流熙攘的热闹地段开小卖部,成功的几率往往比普通地段高出许多,因为川流不息的人潮就是潜在的客源,只要你所销售的商品或者提供的服务能够满足消费者的需求,就一定会有良好的业绩。客流量较大的地段有:(1)城镇的闹市区;(2)车站附近(包括火

