

卓越店铺管理的 23个流程和21个标准

——从单店到连锁的经营秘笈

冯建军◎著

- 聚焦零售标杆的成长轨迹
- 强化流程管理，提升零售店铺错位竞争优势
- 7-11、屈臣氏竞相采用的23个流程和21个标准



YZLI0890121843

店铺管理流程化
跨区域扩张的基因

精细化
+ 程序化
+ 标准化
+ 制度化
+ 系统化

= 流程化



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

卓越店铺管理的 23个流程和21个标准

——从单店到连锁的经营秘笈

冯建军◎著

- 聚焦零售标杆的成长轨迹
- 强化流程管理，提升零售店铺错位竞争优势
- 7-11、屈臣氏竞相采用的23个流程和21个标准

精细化
+ 程序化
+ 标准化
+ 制度化
+ 系统化

= 流程化

店铺管理流程化
跨区域扩张的基因



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

卓越店铺管理的 23 个流程和 21 个标准：从单店到
连锁的经营秘笈/冯建军著. —北京：经济管理出版社，
2012.1

ISBN 978-7-5096-1656-7

I. ①卓… II. ①冯… III. ①商店—商业管理
IV. ①F717

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 222981 号

出版发行：**经济管理出版社**

北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 11 层

电话：(010)51915602

邮编：100038

印刷：北京银祥印刷厂

经销：新华书店

组稿编辑：勇 生

责任编辑：勇 生 张 达

责任印制：杨国强

责任校对：陈 颖

720mm × 1000mm/16

17.5 印张 314 千字

2012 年 1 月第 1 版

2012 年 1 月第 1 次印刷

印数：1—6000 册

定价：48.00 元

书号：ISBN 978-7-5096-1656-7

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书，如有印装错误，由本社读者服务部
负责调换。联系地址：北京阜外月坛北小街 2 号

电话：(010)68022974 邮编：100836

认识汇美舍

Pretty Valley 汇美舍 是一个来自加拿大的主题生活店品牌。

主营项目：个人护理品、家饰品

销售渠道：连锁渠道、日化渠道、家饰渠道、零售渠道（直营）

店铺类型：生活店、个人护理品店/专柜、香薰用品店/专柜、家饰品店/专柜、授权经销点

网点规模：超过2000个

会员人数：超过100万人

有一种生活，在汇美舍……



www.prettyvalley.cn

客服热线：400-663-0063

广州汇美舍天然用品连锁有限公司

MENPLUS

男性主义® 专注男士护肤

何润东



抗倦容醒肤系列+深层净化洁面皂 M1S,M2S,M3S,M4+P1B

难以想象，如果没有**MENPLUS**中国**男性护肤**消费研究团队历经8年的探索发现，也许今天男士护肤还停留在“男士护肤是女士护肤的延伸，君子远离”的石器阶段。

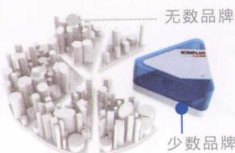
在全球众多的专业男士护肤品牌中，只有极少数能够以其精湛的科技和完美的产品品质，赋予男士卓尔不凡的活力与魅力。多年来，**MENPLUS**始终坚持用男人的方式制造男士护肤品，无惧颠覆传统护肤观念，力求给予男士产品真正的男士DNA。男士护肤与女士护肤有本质的区别，男性主义以众多专利和长达八年的实践证明了这一点。

这才是真正的男士护肤品。

向品类要利润！

在女士护肤竞争白热化的今天，男士护肤成为强劲的新品类利润来源越来越多的门店建立了男士专区。

男性主义系统的终端操作指引，有效提升门店男士品类整体表现。精准连贯的促销档期设置，为门店提供源源不断的销售动力。年超40%的整体增长，**市场已为你准备好了。**



- 充满机会的男性护肤市场
- 白热化的女性护肤市场

这才是真正的男士护肤品

不是把女士护肤品换一下包装设计、改变一下香型，就能叫做男士护肤品，男士完全不同的使用习惯、功能需求，需要为他量身定制产品，男性主义具颠覆性的专利外观和配方搭配，从骨子里满足男人的DNA。历经八年扎实沉淀的男性主义，**成熟的产品线已为你准备好了。**



颠覆传统的男士专区专利陈列

专利陈列设计灵感来自左轮手枪弹仓，让门店的男士专区充满男士基因，超过20个一级城市的终端实操使得陈列道具系统而成熟，工业化量产的专利陈列道具，多款组合搭配，满足门店的个性需求。**专业的男士专区专利陈列已为你准备好了。**



扎实而系统的品牌提升工程

- 全方位的广告推广，蓄势待发。
- 与美国好莱坞派拉蒙公司合作推出的变形金刚赠品，因稀缺而弥足珍贵。
- 190位娱乐圈、时尚圈达人鼎力推荐，营造持续不断的口碑传播热潮。
- 国际顶级广告公司，倾力打造2012年度经典传播案例。



全国统一咨询热线
400-6518-590
www.menplus.com.cn
广州麦斯朗程男士化妆品有限公司

更多信息，敬请浏览

<http://www.518.menplus.com.cn>

修复型医学护肤领导品牌

专业解决 色斑、顽痘、暗哑、黑黄……



肌肤健康修复专家

产品不含铅、汞、激素等违禁成分，安全健康

独有生物技术+中医草本配方的科研精品

999

三九企业集团

广东三九军大生物科技有限公司

公司电话：020-87742099 官方网站：www.gdjunda.cn

未来之美 波比爱年轻肽

2011年波比爱三肽胶原系列 华丽上市

3^x 波比爱三肽胶原系列，采用最新最时尚的革命性生化成分三肽胶原。

6^x 三肽胶原超小分子快速穿越6层肌肤，打开肌肤吸收通道，交融每一个细胞，直抵肌底层。

9^x 带给肌肤水润、嫩滑、细腻、白皙、亮泽、通透、弹力、丰盈、紧致9大显著改变。

急速体验三肽胶原
还原岁月肌肤无痕的神奇能量



用艺术缔造品牌力 用技术打造产品力 差异化的品牌营销创造市场销售力

宝珂(中国)日用品有限公司 BEAUTY KEY Cosmetics Co., Ltd. 咨询电话: 186 7596 6789 加盟热线: 18676730331 (杨先生) 18675966789 (聂小姐)
品牌官方网站: www.beautykeychina.com 全国服务热线: 40088 - 94588 公司地址: 广州市天河区天河北路中信广场3511室

共识共进 | 结伴而行 | 同道商盟 | 创富未来

MEILE 美乐

护肤 彩妆 香氛

全国十大杰出化妆品专营店

诞生于1990年，
秉承“诚信经营、用心服务”的理念，
潜心经营美妆事业数十载，
专注创造美丽经典，引领时尚护肤潮流！

2011年，
55家化妆品连锁店及大型SPA生活馆经营规模形成，
为众多女性带去了美丽、健康、快乐与自信！

今天，
拥有7.2亿资产、17亿年销售规模的美乐集团及资深专业团队，
成为美乐美妆事业发展的强大保障！

未来，
将致力于传播更多美丽，实现万千女性的美丽梦想；
推进美乐连锁事业走得更宽，走得更远！

用心铸造美妆连锁经典品牌！



动销破局

选择与真正的强者为伍，令您取得真经。

2010年，美津植秀进驻屈臣氏(中国)十周年，
屈臣氏(中国) 護膚專櫃銷量第一品牌、屈臣氏(中国) 中高端護膚專櫃數量第一品牌、
屈臣氏(中国) 護膚專櫃單品銷量第一（美津植秀泡泡氧氣面膜）、
屈臣氏(中国) 第一個成系列獨家銷售護膚品牌。
2009年正式發力專營店渠道，2010年成為行業黑馬。



美津植秀®
美しさについて話を

津津乐道之美®

出品人：**金鹰日化** ISO9001国际认证企业
Golden Eagle Cosmetics
生产许可证：XK10-1081269 卫生许可证：卫妆准字29-XK-0007

电话：020-22126000/111/222/333
网站：www.美津植秀.com
免费客服电话：400-678-0887

CHARIANO·奇姬

奇姬魅力 自然美丽



CRYSTAL FITTING BASE SERIES
奇姬晶采彩妆系列

了解更多产品资讯,请登录奇姬官方网站: www.chariano.com

制造商: 韩国 (TERRA) 化妆品株式会社 中国总代理: 广州市奇姬商贸有限公司 Tel: 020-83486943/45146147/83486696

STREP® 诗瑞

美丽无瑕 源自诗瑞

彻底脱毛 深度护肤

1990年从意大利引进当时最经典的STREP脱毛品牌，最早把脱毛作为一种时尚、礼仪和文化概念带入中国，引领和开创了中国脱毛市场的发展。

STREP诗瑞进入中国20年以来，凭借其独特的防毛技术和防过敏配方，以其安全可靠、一次见效、持久保持的特点，成为广大爱美女士最放心、最受欢迎的脱毛产品之一。

STREP以高贵的品质和形象为基础，以完善的售后服务为保障，成为目前中国市场上最高档的脱毛产品之一，“要脱毛，选STREP诗瑞”已成为众多追求生活品味的爱美人士的不二选择。

销售渠道

商场：北京百盛、北京燕莎、北京新光天地华联、北京华堂、杭州大厦、石家庄北国商场、西安巴黎春天、西安世纪金花、沈阳卓展、长春卓展、哈尔滨远大商场、哈尔滨麦凯乐、哈尔滨中央商场、成都伊藤洋华堂、桂林微笑堂、潍坊中百、重庆百货等。化妆品店：屈臣氏、万宁、千色店、莎莎、妍丽、珠海美颜坊、康是美、北京亿莎、北京冰哲一族、酷酷女人、惠之林、秀色、三信汇美、吉林长风、南宁千千色。

■更安全 ■更有效 ■更方便

ITALY STREP (U.K.) LIMITED 授权
广州市诗瑞生物科技有限公司 总代理

联系电话：020-86396772 13826107259

消费者热线：800-830-2458

传真：020-86396775

邮箱：strep005@163.com

网址：http://www.strep.com.cn



臻美时代 光辉20年
彻底脱毛 深度护肤

诗情画意 瑞丽真我
经典品质 百年传承

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertong.com

CIVIER®
姿 维 雅

姿维雅

梦想 的舞台

The Stage For Dream

拥抱世界，走向全球
打造品牌的力量！



有喜企业
HAPPINESS ENTERPRISE

广州市有喜化妆品有限公司



再看榜

中国化妆品行业最具影响



有幸读到冯建军先生的《再看榜样，中国化妆品行业最具影响力200人》书稿，一气读完，不禁拍手称快。原来，我们所需要寻找的“巨人”或者“榜样”，被冯建军先生用十五年的心血总结出来，请上了书中“宝座”。

读完这本书，你会发现它真像一个宝库，有那么多多的捷径可寻，有那么多多的诀窍和奇招可学，有那么多多的经验可以借鉴。它通过全面展现行业内最具影响力200人的平凡人生和不平凡经历，不仅让我们从中学习到层出不穷的成功方法、营销奇招，同时在这些不平凡的历程中所体现的胆识和勇气，锲而不舍、执着追求的精神，将激励每一个渴望成功的人。

——北京叶茂中营销策划机构董事长 叶茂中



从某种意义上说，本书中所介绍的这些企业家或专家的从业经历，是中国化妆品行业这三十年来一个缩影。正是有了他们在市场风风雨雨中的辛勤耕耘，才有了今天行业的如日中天。他们都活跃在中国化妆品行业的舞台上，他们经历了很多的风风雨雨，了解行业的过去和现在，他们正在为行业的未来而辛勤谋划。他们既是改革开放的见证人，也是中国化妆品行业三十年来巨大变化的见证人。

——中国美容博览会组委会主席 桑敬民

榜样 力200人



作者：**冯建军**

国内日化美妆行业资深权威专家，现任广东精实营销管理顾问有限公司总经理，著有《榜样的力量》、《赢在策略》、《这样开店才赚钱》等多部营销专著。

新书上架
热销中.....

订购电话：13809194663
15989065825



因
可
爱。
而
美。
丽

KOAI®

ASIA美肌时尚 FIRST优品素妆

可东爱西



关注微博：可东爱西KOAI  WWW.KOAI.COM.CN

序一 缔造连锁帝国不是梦

自从那个叫哈兰·山德士的美国退役上校把炸鸡店开到了中国，连锁在中国就开始了第一步。此后的发展日新月异，时至今日，连锁商业已在现代流通业中掌握了主导权。

多年来，国内化妆品专营店从南到北、自东向西，也涌现了像广州娇兰佳人、深圳千色店、北京亿莎美程、四川美乐、四川金甲虫、南京百分女人等一批致力于连锁经营的成功者。化妆品专营店连锁发展迅速是因为随着生活水平不断提升，大众开始提高对消费质量的要求。因此，连锁店标准化产品及服务质量管理，正符合此消费趋势。

这种发展势头，也对十余万家化妆品专营店起到标杆作用，引领着化妆品专营店从单店发展到连锁经营。

就本质而言，连锁是一项科学系统的商业管理模式。从单店到连锁，重要的是学习系统的连锁经营之道。古人云：“授人以鱼不如授人以渔。”本书正是为业界的连锁提供了“钓鱼之渔”。

我们不妨记住：缔造连锁帝国不是梦。



中国美容博览会（上海 CBE）组委会主席

2011 年于上海

序二 “机”“缘”俱备方可天下无敌

前段时间，我力邀冯建军先生为《中国洗涤化妆品周报》2011年的专栏作者，他欣然应允。也正是那时，我得知本书即将出版，而此前他已经完成好几部著作，这让我对他的勤奋精神感到无比惊诧。

冯先生对国内日化美妆行业是颇有研究心得的，他乃营销出身，是行业资深人士。该书是阐述日化店面管理的实操性书籍，这让我联想到三国时代刘备图川所获得的宝贵“地图”。而我亦十分寄望其能与刘备图川“地图”有异曲同工之妙，为店铺经营者带来实效。

在中国日化行业，从2005年开始，专营店成为了本土化妆品企业掘金的又一主要渠道，发展一片欣欣向荣，一时之间，各地化妆品店纷纷开业，如雨后春笋般冒出。但是，化妆品店跑马圈地的背后，却给行业留下了一个难题，那就是单店产出少，开而不强，连而不锁。

综观整个化妆品零售市场，虽然本土化妆品店星罗棋布，但是，大的销售份额依然掌控在外资化妆品店手里。屈臣氏在各地不断开店所带来的冲击，给本土化妆品店造成了很大的威胁。至此，我们不禁要思考一下，为什么本土的化妆品零售店这么脆弱呢？论购物环境，本土店也不乏两三百平方、装修精雅的大店；论产品结构，除了自有品牌外，本土大店的品类结构并不比屈臣氏差；论资金实力，暂时来说，本土很多化妆品店还“不差钱”。

显然，本土化妆品店在发展上遇到了许多门槛，当中的原因是多种多样的，这里亦不必一一赘述。但就化妆品店面管理实操性而言，如何让店面管理流程化，则是所有店铺经营者需要面对的最现实的问题。相信许多店铺经营者都希望能获得类似刘备图川时的宝贵“地图”，以分得更多的市场份额。

当然，“地图”是一个比喻的说法，事实上它是“流程化管理”。“流程化管理”学说在中国早已于20世纪80年代开始风行，而在西方国家自然更是耳熟能详。提出一门学说和总结一门理论固然不易，但是如何让这样的理论能够切实运用到实践中，指导店铺管理获得切实的效益，亦非易事。