

K

肖 军 黄晓红 编

aiyijia zhuanqiangde dianqidian

开一家 赚钱的电器店



★ 前期策划

★ 因“店”制宜

★ 运筹帷幄

★ 礼待宾朋

★ 经营献策

★ 精品淘金

★ 竞争制胜

★ 售前售后



湖北人民出版社

K

肖 军 黄晓红 编

aiyijia zhuanqian de dianqidian

开一家 赚钱的电器店

湖北人民出版社



鄂新登字 01 号

图书在版编目(CIP)数据

开一家赚钱的电器店/肖军,黄晓红编.
武汉:湖北人民出版社,2005.1

ISBN 7-216-04178-X

I. 开…

II. ①肖…②黄…

III. 日用电气器具—商店—商业经营

IV. F717.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 117634 号

开一家赚钱的电器店

肖 军 黄晓红 主编

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:枝江市新华印刷有限公司

经销:湖北省新华书店

开本:787 毫米×986 毫米 1/16

印张:10

字数:169 千字

插页:1

版次:2005 年 1 月第 1 版

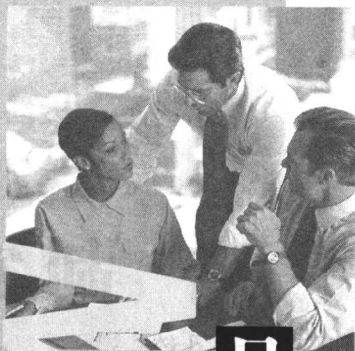
印次:2005 年 1 月第 1 次印刷

印数:1-5 120

定价:19.00 元

书号:ISBN 7-216-04178-X/F·750

本社网址:<http://www.hbpp.com.cn>



目录

第一章

前期策划

——把握开业航向

开店第一步:摸清市场搞调查 / 2

调查不难,肯学就会 / 3

投资前准备:两手都要硬 / 4

寻找“旺地”就是寻找商机 / 5

好店址必备条件 / 6

电器专卖店择址有学问 / 7

家用电器店选址十忌 / 8

分析周边竞争对手的实力 / 10

保证开店的资金来源 / 11

找一个好的合作伙伴很重要 / 12

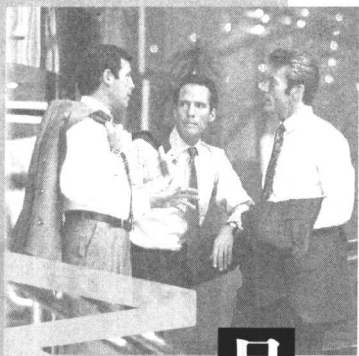
“名”要正,“字”要顺 / 13

名亮财方旺 / 14

家用电器店工商登记手续 / 15

家用电器店经营的申请程序 / 16

开业税务登记 / 17



第二章

目录

因“店”制宜

——突出店铺风格

让店面产生吸引顾客的效果 / 20

店门设计巧,能纳四方宝 / 21

招牌会说话,是个活广告 / 22

空间设计要舒适 / 23

电器店内部布局基本模式 / 25

橱窗设计应“本分” / 26

突出个性要靠墙地顶 / 27

店面装修:功能、风格、资金一个都不能少 / 28

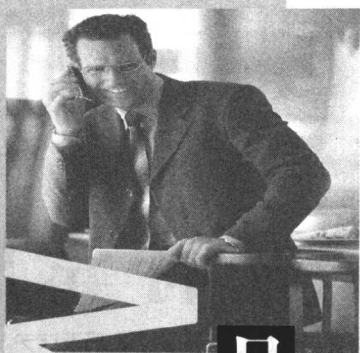
店铺装修须“三多”:多听、多看、多干 / 29

电器店铺室内灯光设计有讲究 / 30

如何让你的店铺保持常新 / 32

“让店铺色彩配置为你带来好运气” / 33

为妇女、儿童设专柜 / 34



第三章

目录

运筹帷幄

——制定经销策略

家电经销商策划的“十八般武艺” / 37

家电业玩转品牌文化营销 / 38

家用电器店过招之一：如何闯过采购入门关 / 39

家用电器店过招之二：如何安排与选择进店产品 / 41

淡季突破之实用方略 / 42

拒绝扎堆：家电也玩店中店 / 44

必须与代理厂商处理好退货的关系 / 45

家电行业互动联合式创新营销 / 47

品牌家电终端拦截策略 / 48

小家电市场“蜂窝”格局 / 50

卖空调要学会“看天吃饭” / 51

家电卖场：生存方式比拼实力 / 52

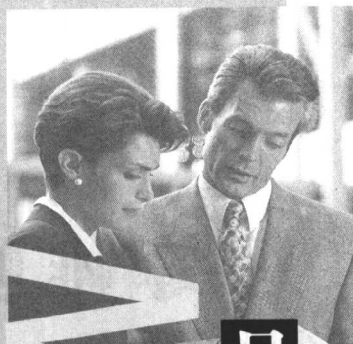
高举“健康”大旗，家电销售上等级 / 53

卖家电：不妨走走“高科技”路子 / 54

家电销售流行“拉郎配” / 55

家电“租”着用：顾客、商家可两利双赢 / 55

对号入座：家电经销商经营心态众生相 / 57



目 录

礼待宾朋

——门市内外,服务顾客

第 四 章

- 黄金概念:顾客服务 / 60
- 开门千般事,门市定八成 / 61
- 走出顾客服务三大误区 / 62
- 良好顾客服务五要素 / 62
- 顾客不是上帝,是亲人 / 64
- 使用规范的服务敬语 / 65
- 如何化解客户拒绝 / 66
- 看透顾客心:不同类型顾客接待技巧之一 / 66
- 看透顾客心:不同类型顾客接待技巧之二 / 68
- 你知道顾客杀价心理吗 / 69
- 善于耐心倾听顾客怨言已经赢了一半 / 70
- 真诚退换货,生意做满店 / 71
- 处理顾客抱怨之必备技巧 / 73
- 怪哉!太热情也会吓跑顾客 / 74
- 对付新老客户有“歪经” / 74
- 潜在客户可分三、六、九等 / 75
- 顾客接待技巧案例分析一 / 76
- 顾客接待技巧案例分析二 / 77



目录

第五章

经营献策

——跟我搏市场

- 家电发展趋势早知道 / 79
- 家电微利时代已经来临 / 80
- 小家电走俏市场 / 81
- 卡通家电:越可爱越好卖 / 82
- 冰箱产品的四个发展趋势 / 82
- 智能小家电渐成新宠 / 84
- 家电当成礼品卖 / 85
- 黄金创意:婚庆家电消费 / 85
- 新颖别致小家电:从奢侈成为生活“必需品” / 86
- “套餐”式搞活厨卫家电销售 / 87
- 厨房家电:以“人性化”理念开路 / 87
- 经营小家电要善于做足“安全性”这篇文章 / 89
- 节能型电热水器适当其时 / 90
- “背投”还是“等离子”:经营高端彩电宜慎重 / 91



第六章

目录

精品淘金

——慧眼识商机

家电经销商选择产品的三个层次 / 94

迷你洗衣机:宝宝的最爱 / 96

新型豆浆机保你满意 / 97

微波炉:走进新时代 / 97

做好“光波炉”概念有钱赚 / 98

电磁炉:清洁灶具小贵族 / 99

变频家电小家族 / 100

紫砂电饭煲:在市场“恐慌”中大行其市 / 101

滚筒洗衣机:因为节水,所以好卖 / 101

饮水机:讲卫生就能畅销 / 102

“后冰箱时代”:概念更新才能走天下 / 103

三门冰箱:卖点在哪里 / 105

消毒柜:卖“消毒”还是卖“碗柜” / 106

洗碗机:赚钱正在此时 / 107

电风扇:虽是老产品,却有新机会 / 108

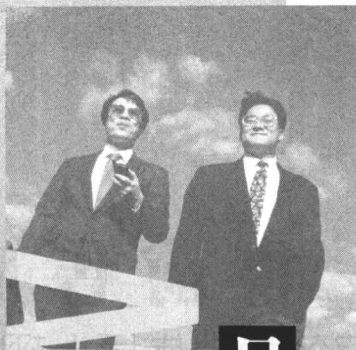
西式小家电:怎样才能赚一把 / 109

超前一步:国外实用美容小家电一族 / 111

借家庭装修“热”,卖空气净化器 / 112

经营快速电热水器:绝对好眼光! / 113

用新型热水器造就新顾客 / 113



第七章

目录

竞争制胜

——放眼天地人，决战你我他

中小家电代理商：微利时代学会求生存 / 116

小电器商生存之道：加盟家电连锁渠道 / 117

家电经销商寻求改变从夹缝中摆脱 / 117

小家电经销商不得不防的两大商业风险 / 118

联合促销：家电销售巧借势 / 120

将家电连锁店开到小县城 / 120

买家电送赠品：好办法也须用好 / 121

节能家电：做足功夫，才能热销 / 122

电器店老板要盯紧顾客的口袋定价 / 123

降价销售：老套路也须精用 / 124

竞争对手要降价，你怎么办 / 125

降价可以，“一元钱家电”则须慎行 / 126

家电商行如何巧用折扣销售法 / 127

竞争无极限，优惠后还能再优惠 / 128

制胜法宝：创新才是硬道理 / 130

销售淡季不忘五件事 / 131



目 录

第 八 章

售前售后

——让服务为销售插上翅膀

产品是银,服务是金 / 134

家电零售商:命运系于“品牌服务” / 136

强化服务更是促销 / 137

经营国产家电要善用“服务”利器 / 138

家电售后服务普遍存在九大问题 / 139

服务跟不上,“小家电”难成气候 / 140

服务个性化,生意不愁大 / 141

奇招出奇效:售后服务也收费 / 142

服务热线电话:不到位,宁可不搞 / 144

家电“一站式服务”:好个创意了得 / 145

家电服务,慎言“终身维修” / 145

“体验式服务”:听着就受启发 / 146

对售后服务的建议 / 147

对付难缠客户要用特殊服务 / 148

加强自律,为服务增添浓墨重彩 / 150

用心服务,体味感动:服务取胜实例一 / 150

细节服务,我们也行:服务取胜实例二 / 151

前期策划

把握开业航向

第一章

Qian Qi Ce Hua

KD 开店第一步： 摸清市场搞调查

当你决定开一家家用电器店时，你一定要作好前期的市场调查。调查对象包括：商圈、竞争对手。

1. 商圈调查。

广义商圈指的是都市中各个繁荣商业带的分布，如武汉江汉路、六渡桥等。狭义的商圈指以电器店的所在地为中心，沿着一定的方向和距离扩展，吸引顾客的辐射范围，简单地说，也就是来店顾客所居住的地理范围（通常消费者愿意步行来购买商品的距离为 400 ~ 1000 米）。

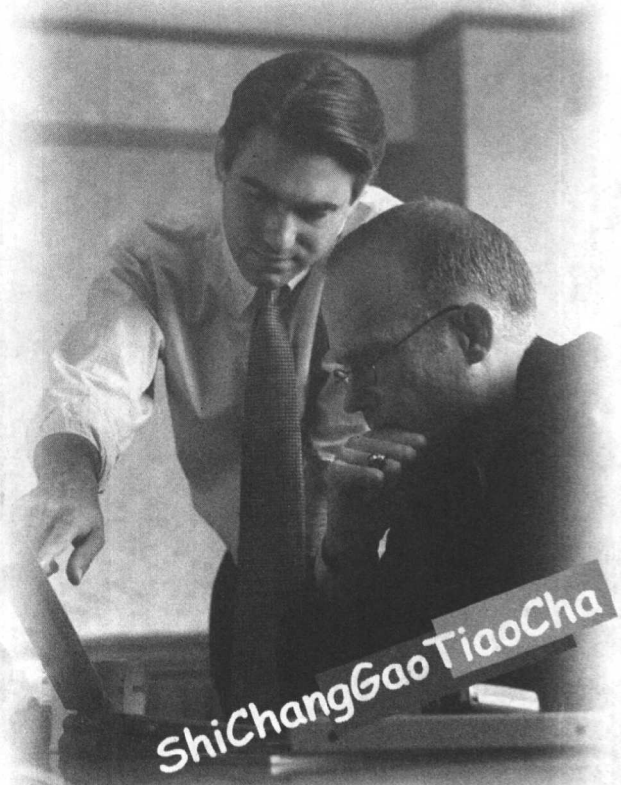
商圈调查的内容：商圈的调查包括商圈界线、商店特色、住宅特色以及分布情况、公共设施等方面。

2. 竞争对手调查。

竞争是每一个店铺在考虑经营范围的时候或企业开张营业之前必须充分考虑的问题。竞争对手调查包括：

① 竞争激烈程度。衡量竞争程度的指标主要考虑市场占有率。当你准备开一家家用电器行时，你应该了解你的主要竞争对手，如果主要竞争对手的市场占有率高，说明你要进入该领域的风险是挺大的，在这种情况下，要么你做好详细周全的营销策略；要么改变产品结构方式和地区开店。

② 竞争对手多少。竞争对手包括现在已有的竞争对手和潜在竞争对手，通过对市场占有率以及竞争对手的数量调查，可以初步确定市场的饱和度，而市场饱和



度则会影响开店成本。应该尽量避开在这样的市场环境中开店。

③竞争对手如何分布。在决定开店,并且选择了理想的店铺地址后,还应该调查竞争店与本店的距离以及竞争店店铺的具体地点。了解竞争店铺的地理位置,有助于自己开店的政策。

④竞争对手的产品。竞争对手的产品直接关系到本店的产品。在开店前,一定要了解竞争店的产品结构、产品类型、产品价格等方面,从而决定自己店铺应购进的产品类型。

调查不难

DiaoChaBuNan

肯学就会

1. 调查步骤。

①明确调查问题。在开店之前,调查人员必须明确调查的问题是什么、目的要求如何,应根据要调查的对象,拟定出需要了解的内容,然后定出调查的目标,以便调查能合理进行。

②初步情况分析。确定调查目标后,往往会有很多繁杂的问题,这时就需要对这些问题进行压缩,以缩小调查问题的范围。

③进行正式调查。正式调查包括制定调查方案、决定调查方法。

④资料整理和分析。当资料收集完后,要对其进行编辑整理,检查资料是否有误差,删除错误信息,分析剩余资料。通过分析资料,决定是否开店,在哪里开店,什么时候开店等。

2. 调查方法。

调查的方法大致有以下四种:

①询问法调查

店主或调查员直接接触被调查对象,通过询问的方式收集有关信息的方法称为询问法调查。询问



电器

法主要包括：个人访问、电话访问、邮寄询问等。

②观察法调查

在开店前的调查中，很多时候用到观察法。特别是在对竞争对手的调查中，由于刚开始不容易掌握对手资料，所以可以通过观察法了解对手的地理位置的优势与劣势。比如，你可以派员以普通顾客的身份到家用电器店了解竞争对手经营的产品结构、时尚产品、价格以及售后服务等。

③实验法调查

实验法指调查者在一定范围内有目的地控制一个或几个市场因素的变化，来研究某市场现象在这些因素的影响下所发生的变化的调查方法。实验法应比较广泛，比如，你经营手机，可以先推出一个系列的不同款式，在小范围内进行实验，了解顾客对这些款式各种因素的反应，包括式样、功能、价格等，然后决定是否大批进货。

投资前准备： 两手都要硬

当你决定投资开一家家用电器店时，你最关心的是多长时间可以收回投资。一般地说，投资回报率与投资风险是正相关关系。投资回报率越高，投资风险越大。实践表明，你既不能过分保守，求稳怕亏；也不能盲目行动，不考虑风险。这时，你应该有两种准备：

1. 心理准备。

你决定投资开设一家家用电器店，意味着你将与它生死与共；意味着你原有的生活规律将被打破；意味着你将承担亏本的风险，你应该有这些心理准备，并注意提高六个方面的能力：

①决策能力：能客观地寻求正确决策，而不是自以为是地按照自己的主观意愿去进行决策；

②判断力：在事态不分明、前景不明确，且信息量不足以使一些问题表面化时，能有足够的判断力辨别真伪，权衡利弊，做出最好的决策；

③忍耐力：在紧张的工作和巨大的压力下仍能保持头脑清晰，化



险为夷，变困难为财富，要具有持久的观察思考力和承受力；

④开拓力：要不断提高自己的目标，要不安于现状地去寻求新的发展，并以坚忍不拔的精神和毅力去付诸实施行动。

2. 资金准备。

有了良好的心理准备，接下来，就必须在资金上做充分准备。刚起步时，可能会面临亏损，如果你没有足够的资金对付，也许你的家用电器店会中途夭折。你应该知道，资金是开店的本，想要自己当老板，没有充裕的资金保证是难以实现的，你必须仔细盘算：

- ①开店总共需要多少资金？
- ②自己可运作的资金有多少？
- ③开店总费用减去自己的资金，不足额有多少？
- ④不足的部分，是否有借贷来源？
- ⑤自己是否有偿还能力？

WangDi

寻找“旺地”就是寻找商机

好的开店位置才会带来财运。什么是“旺地”？根据国外对消费者调查研究的结果表明，在一条街道上好的位置具有以下特点：

- ①位于步行者多的一边比步行者少的一边好；
- ②与热闹的大店位于同一边比在它的对面要好；
- ③位于最近人口增长较快的一边（比如新的商业住宅群建成）比人口增长缓慢的一边好；
- ④位于能够遮蔽下午阳光的一边比下午有阳光直射的一边好；
- ⑤位于有停车位的一边又比没有停车位的一边好。

当然，上面仅是一般性选择原则，实际开店中要具体情况具体分析。细心地观察街道上的各种商店，可以发现，一些所谓生意“最旺”的街道，也难免有些地方是“死角”；而一些被人视为偏僻冷清的街道，有些地方却适合商店开业。如何才能慧眼识“旺地”，就家用电器商店而言，

下面这些建议可供你参考：

第一，与其选择现在被商家看好的商店位置，不如选择不久的将来会由冷变热，而且目前尚未被看好的商店位置，这样的商店位置费用低，潜在的商业价值大。

第二，选择靠近人口相对密集的地方，尤其是商业住宅区、新机构较为集中区等会给你的电器行增加顾客源，使其今后更具发展潜力。

第三，选择经营方向有关联的商店作为邻居。比如，你的家用电器店可以与一些百货商店作为邻居，因为与周围商店的经营方向相关联，附近商店的顾客就容易成为你的顾客。

第四，在同一条街道两侧选择商店位置，以客流量多、能见度高、交通不易堵塞的位置为最佳。

好店址 BiBeiTiaoJian

HaoDianZhi

必备条件

一般来说，具有以下全部条件的店址是第一流的店址，实际中具备其中的两条就算是理想的店址了：

1. 商业活动频繁度高的地区。

在闹市区，商业活动极为频繁，把商店设在这样的地区营业额必然高。这样的店址就是所谓“寸金之地”。相反，如果在非闹市区开店，人迹罕至，营业额就很难提高。

2. 人口密集高的地区。

居民聚居、人口集中的地方是适宜开商店的地方。在人口集中的地方，人们有着各种各样的需求。如果商店能够设在这样的地方，致力于满足人们的需要，那生意就会兴隆，而且，由于在这样的地方，顾客的需求比较稳定，销售额不会骤起骤落，可以保证商店的稳定收入。

3. 面向客流量最多的街道。