

RUHE KAIYIJIA
ZHUANQIAN DEDIAN
DAQUANJI

丛书编委会◎编著

☆☆☆
超值典藏书系

23.80

如何 开一家 赚钱 的店

大全集



NLIC2970869142

1 28066 91644 5

最实用最具指导性的开店读物，
带给你最实实在在的帮助，
开店做老板赚钱必读书。

吉林出版集团有限责任公司

RUHE KAIYIJIA
ZHUANQIAN DEDIAN
DAQUANJI

丛书编委会◎编著



如何
开一家
赚钱的店
大全集



图书在版编目(CIP)数据

如何开一家赚钱的店/《超值典藏书系》丛书编委会编著. —长春:吉林出版集团有限责任公司,2012.6
(超值典藏书系)

ISBN 978-7-5463-9863-1

I. ①如… II. ①超… III. ①商店-商业经营-通俗读物 IV. ①F717-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 126742 号

超值典藏书系 如何开一家赚钱的店

编 著 丛书编委会
责任编辑 师晓晖
开 本 787mm×1092mm 1/16
字 数 300 千字
印 张 20
版 次 2012 年 6 月第 1 版
印 次 2012 年 6 月第 2 次印刷

出 版 吉林出版集团有限责任公司
(长春市人民大街 4646 号 邮编:130021)
发 行 江苏可一出版物发行集团有限公司
(南京市山西路 67 号世贸中心 4 楼 邮编:210009)
电 话 总编办:0431-85600386
市场部:025-66989810
北京市场部:010-85804668
网 址 www.keyigroup.com
印 刷 三河市杨庄双菱印刷厂

ISBN 978-7-5463-9863-1 定价:23.80 元

版权所有 侵权必究 举报电话:010-85808988 025-66989810

前言

Preface

在竞争激烈的今天，我们很难再轻易找到一份自己满意的，与自己期望相合适的工作，许多人都想自己开店当老板，但又由于资金等各方面的限制，许多人对这一想法又望而却步，虽然当老板的念头已酝酿许久，但许多人迟迟不敢付诸行动，他们担心自己辛辛苦苦积攒的一点钱会由于自己的经营不善而全军覆没，仅仅把自己的理想停留在想法上，只能看着别人在商海中翻云覆雨，而自己躲在一旁哀叹。

其实实现梦想最关键的是要迈出第一步，如果你真有开公司，自己当老板的抱负，不妨利用手中积攒的一点钱，做一些小本生意，不用承担很大的风险就能开辟出一片新天地。给别人打工，干得再好也最多只能是一个“白领”。整天听着人呼来喝去，即使每天兢兢业业地工作，也要时时刻刻提防随时爆发的裁员风波。与其这样辛苦，何不自己当老板？

实际上，创业并非难于上青天。只要你能勇敢地跨出第一步，就成功了一半，少许的资金、技术、人力、机遇再加上你的努力，相信你的梦想就会实现。尽管这个过程是艰难的，你也许会碰到各种各样的问题，但通过你自身的努力，相信总会出现柳暗花明的景象。

开店虽不难，但是要想开设一家财源广进、赢利滚滚的旺铺，却并不是件容易的事情。做事情是需要技巧的，开店也同样如此。如果你没有开店赚钱的招数，仅仅凭借着投资开店的热情，就想把大把大把的票子揽进腰包，很显然，这只能是你的一厢情愿。在店铺林立、竞争激烈的今天，要想开一家赚钱的店，必须熟悉开店的基本流程，掌握科学的管理方法，懂得有效的营销技巧，避免开店的误区。本书是创业者和店铺经营者不可多得的操作指南，它以通俗易懂的语言，充分吸收先进的经营管理技巧和理念，全面系统地介绍了如何成功经营一家店铺的相关知识，其中既有相关的理论知识，更有简明的操作方法，多层次、多方位地阐释了创业开店的经营技巧和策略。

开店前要做严谨的市场调查	1
为什么要进行市场调查	2
市场调查的方法	3
选定调查对象和范围	5
整理调查资料	6
了解市场需求	8
了解消费者结构	9
了解竞争对手	10
政策法规的影响	10
未来市场需求调查	11
选择赚钱的经营项目	15
选择好项目是成功的一半	16
如何选择好的项目	17
如何给自己的经营项目定位	19
谨慎接盘转让店	20
瞄准小众群体觅商机	21
如何准备开店资金	23
有多少资金开多大的店	24
规避开店过程中的风险	25
钱要花在刀刃上	28
有钱大家赚	30

目录 CONTENTS

善于利用银行贷款	31
如何给自己的店选址	35
店址选择应遵循的原则	36
店址合适与否的判定因素	37
店址选择时的常见误区	39
选定店址的评估标准	42
选择合适的商圈	43
获取店址信息的渠道	45
合适的店址要因地制宜	46
客流大的地方适合开店	48
有停车位的地方适合开店	49
三岔路口或拐角适合开店	50
这些地段不宜开店	51
高投入才有高产出	52
资金有限时如何选址	54
慎重签订租房合同	55
办理开店的相关手续	57
店铺注册申报	58
店铺法人登记	59
店铺开业登记	60
开店相关手续哪些部门办	62

店铺注册资金的要求	65
办理营业执照及后续工作	66
办理税务登记	68
如何办理银行账户	71
设计一个响亮的店名	73
叫起来响亮才是好店名	74
店名要有极强的传播功能	76
店名要迎合顾客的心理	77
店名要有人气效果	77
店名要有自己的特色	78
店名能反映店主的素质	79
店铺的内外装修	81
外观设计很重要	82
内部装潢不可忽视	86
经营有道才能生意兴隆	89
做好日常销售	90
选择合适的经营战略	91
与顾客有效沟通很重要	93
给商品合理定价	97
热情接待顾客	99
研究顾客心理	100
接待顾客的要求	101

目录 CONTENTS

对待不同顾客的随机应变	103
接待顾客的禁忌	104
接待顾客的必备礼仪	105
区分顾客对象	106
声音的运用要讲究艺术	107
接待顾客的流程	107
接待措辞要因性别而异	108
掌握好接近顾客的最佳时机	109
正确地和顾客打招呼	110
询问顾客的需求	111
灵活接待不同类型的顾客	112
如何与顾客沟通	121
与顾客沟通的技巧	122
与顾客沟通过程中的要点	124
微笑着与顾客交谈	124
倾听是有效沟通的开始	125
要顾及顾客的面子	127
对顾客的提问做到有问必答	128
巧妙应对顾客杀价	129
赞美是最好的沟通语言	130
培养固定消费群	131
培养有购买力的顾客	132

建立完善的顾客档案	133
提高顾客的满意度	134
培养忠实的消费人群	135
反思顾客为何一去不回头	136
争取顾客下次还来	137
用小事留住顾客的心	138
顾客的评价是店铺的无形资产	139
有效处理顾客的投诉	140
提高店铺的销售业绩	145
制定销售业绩目标	146
提升销售业绩的技巧	148
一定要把商品的卖点告诉顾客	149
给顾客介绍商品方法	150
不同商品的介绍技巧	154
抓住顺利成交的信号	161
促成交易的方法	162
营造浓厚购物气氛	166
掌握顾客的购买心理	168
了解顾客的购物需求	169
要重视销售不好的商品	171
如何出售高价格商品	172
巧用赊账提高销售额	173
充分利用销售淡季	174
送货上门争取顾客	176

目录 CONTENTS

售后服务是留住客户的关键	177
如何进行促销	179
促销要注意的要点	180
店铺经营为什么要搞促销	181
促销想要取得什么效果	182
如何开展促销	183
如何检验促销的效果	184
花样繁多的促销方式	186
促销时机的选择	188
不可错过的节假日促销	190
确定促销主题很重要	191
极具诱惑力的赠品促销	192
普遍采用的优惠券促销	194
威力十足的退费优惠促销	196
长线操作的会员制促销	198
效果明显的竞赛与抽奖促销	200
如何进行广告宣传	203
广告宣传让你的店铺声名鹊起	204
广告费是必不可少的开支	206
店铺广告如何做	207
抓住时机宣传自己	210

店铺的财务管理	211
店铺财务制度要健全	212
制定销售计划	213
统筹调配店内资金	214
店铺盈亏控制	216
商品的采购	221
流程和采购方式	222
进货周期的把握	223
得当的采购策略	224
进货要制订详细的采购计划	225
采购合同的签订	226
采购所应了解的财务知识	228
不同的采购方式	230
进货谈判的原则和技巧	231
商品验收的环节	234
店铺进货的学问	235
最大限度地降低进货成本	237
商品的盘点和存放	239
盘点是重要的管理工作	240
不同盘点方式的分类和操作	241
店铺盘点应注意的问题	243

目录 CONTENTS

货物盘点的实际操作	244
库存管理的检验方式	247
货架货物的摆放	249
商品摆放直接影响销售业绩	250
商品摆放的方法	252
商品摆放的注意事项	256
合理的摆放方式	257
给顾客营造宽松的购物环境	261
商品陈列考虑防盗	262
合理利用橱窗	263
用陈列细节打动顾客的心	265
退换货的办理	267
退换货前的知识准备	268
退换商品的一般流程	269
退换货的注意事项	270
办理退货结算	271
顾客退换货处理办法	272
服装店经营攻略	275
什么是服装	276
服装店要与时俱进	277
选择合适的经营类别	279
懂得色彩，你的店铺生意兴隆	282



分清面料让你成为行家	288
服饰陈列有讲究	289
餐饮店经营攻略	291
餐饮业市场分析	292
餐饮店的种类及其定位	294
餐饮业的经营之道	296
餐饮店的管理	297
菜单里面的学问	299
餐饮店货源选择	302

开店前要做严谨的市场调查



为什么要进行市场调查

要使店铺创建的每个环节都做到有的放矢，严密而精确的市场调查必不可少。因为调查过程中所搜集的数据资料是对行业现状和竞争对手情况的综合描述，也是以后的筹资、决策、经营方案制定等一系列事项的重要依据。

所谓的市场调查，既是店铺创建过程的起点，又贯穿于店铺销售活动的始终。它要求运用科学的方法，通过各种途径、手段，有目的、有计划、系统而客观地收集、记录、整理与分析本行业的现状和历史资料，预测其发展趋势，为店铺创建拟定经营和管理决策提出方案或建议，为店铺的决策者进行科学决策提供依据。

店铺创建伊始，如果不了解其所售商品的市场行情和消费者需求，就会造成经营的盲目性，就很难取得良好的经济效益和品牌效益，就会在激烈的市场竞争中失去活力，甚至危及店铺的生存。因此，市场调查对店铺创建有着十分重要的意义。其主要体现在以下几个方面：

1. 了解消费者需求

经营的最终目的是为了将商品卖出去，实现其商品的价值。但在实现其商品价值的过程中必须通过消费者购买商品来实现。消费者购买商品，是因为它能够满足消费者的需求。可见，店铺能否成功地销售商品，关键是要掌握消费者需求，选定适销对路的商品，而市场调查为此提供了有力的数据资料。

2. 制定经营决策

店铺只有根据市场调查所掌握的信息和资料，才能对市场变化趋势作出较为科学的预测，正确地进行经营决策，并在此基础上制定正确的经营规划和计划，为店铺的长期发展打下坚实的基础。

3. 正确制定市场营销方案

店铺制定市场营销方案的主要目的是为了拓展市场，并有效地增加效益。店铺只有通过市场调查研究与分析，才能充分了解和掌握店铺的内部条件和外部环境等动态影响因素，从而制定切实可行的营销方案。

4. 提高整体经营管理水平

店铺经营管理水平的高低，直接影响其决策、采购、销售和服务等各方面的状况和水平，最终影响店铺的经济效益。通过市场调查，有利于及时发现自身的管理不足，了解同

行业经营管理的情况，学习和借鉴他人的好方法、好经验，不断地改进和完善自己的管理工作，从而使店铺的整体经营管理水平再上新台阶。

市场调查的方法

市场调查的方法多种多样，使用哪一种方法主要取决于调查的目的、行业以及被调查对象的特点等。在店铺创建初期的市场调查，往往要综合应用多种调查方法。

常用的市场调查方法大致有以下几种：

一、访问法

访问法是将所要调查的事项，以当面、电话或书面的方式向被调查者提出询问，以获得所需资料的调查方法。它是最常用的调查统计方法。访问法还具体分为以下几种：

1. 个体访问法

是调查者面对面地向调查对象询问有关问题，调查对象的回答可当场记录的调查方法。这里的调查对象多是相互之间没有关联的个体。调查者可根据事先拟定的询问表（问卷）或调查提纲提问，也可采用自由交谈的方式进行。调查方式可采用走出去、请进来或召开座谈会的形式，进行一次或多次调查。

2. 分组访问法

是指建立一个包括各部门人员的专门小组面对面地向调查对象询问有关问题，调查过程中调查者相互配合的一种方法。如组织设计、工艺、情报、质量、设备和销售人员参加的用户访问小组。这种调查方法能取得全方面的资料，效果较好。

个体访问与分组访问的特点是直接面对调查对象，能当面听取意见并观察反应；能相互启发和较深入地了解情况，对问卷中不太清楚的问题可给予解释；可根据被调查者的态度灵活掌握，或进行详细调查，或一般性调查，或停止调查；资料的真实性较大，回收率高。但这两种调查方法也存在着两大弊端：首先是调查成本高，包括资金成本和人员成本；其次是调查质量取决于人员配置，容易因小失大。

3. 电话访问法

是调查者经充分准备后，用电话向调查对象询问并收集资料的一种方法。其优点是资

料收集速度最快，成本最低；可按拟定的统一问卷询问，便于资料统一处理。缺点是调查对象只限于有电话的用户，调查总体不够完整；调查程度不够深入，调查的质量与调查对象当时的心情和调查气氛有关。

4. 信函访问法

是将设计好的询问调查表、信函、订货单、征订单等通过邮局寄给被调查者，请其填好后寄回的方法。这种方法的优点是：调查范围广，凡邮政所达地区均可列入调查范围；被调查者可有充分的时间来回答；调查成本较低；调查资料较真实。缺点是得到的反馈数量要打折扣，回收时间较长；往往因调查对象不能全面配合而导致调查质量不高。

至于在具体调查中到底选用哪种方法，主要应根据调查问题的性质和要求，决定一种或多种结合使用。

二、观察法

观察法是由指定的专门人员或仪器在现场从旁观察，并记录调查对象的行为的一种搜集资料的方法，此法不直接向被调查者提出问题，而是直接观察事实或通过仪器进行记录。常用的观察法包括以下几种：

1. 现场观察法

是指调查人员到现场直接观察被调查对象的调查方法。如调查人员想了解某种新产品性能对消费者的吸引力，就可到出售该商品的现场去观察并取得第一手资料。

2. 随机观察法

是指按提前选定的抽样时间点记录现场状态的方法，如对某随机顾客购买某种商品的行为进行观察。

3. 迹象观察法

迹象观察法是指对调查现场、对象的事后调查，调查的资料是现场、对象留下的痕迹。如顾客在意见簿上的留言等。

三、实验法

在一个相对较小的特定市场内，以商品经营的某个因素为基准，如商品质量、包装、设计、广告、价格、陈列等，通过实验的方法来测定顾客的反应，然后根据实验的结果，决定是否值得开发。实验法通常采用以下两种方式：