

开店轻松赚

创业开店 经营诀窍

找到赚钱的门道

如何制定有效的战略目标和战略决策？现有的产品的市场发展情况如何？哪些产品应当加大进货力度？哪些产品应当放弃？应当适时推出什么新产品？产品的目标市场是什么？本书将告诉你小店创造高利润的秘诀！

周富 / 编著



开店创业者必知的锦囊妙计



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

· 开店轻松赚 ·

创业开店 经营诀窍

找到赚钱的门道

周富 / 编著



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

你想轻松创业吗,你想通过开店赚得盆满钵满吗? 开店筹备、日常管理和销售工作是创业开店的三个关键环节,本书对此进行了清晰系统地介绍,内容包括如何找旺铺,如何办理营业执照,如何做好进货,如何管好财务,如何有效成交,如何留住顾客等。通过全面展示创业开店的经营技巧,真正帮助创业开店者把店铺经营得风生水起,轻轻松松赚大钱!

图书在版编目(CIP)数据

创业开店经营诀窍:找到赚钱的门道/周富编著. —北京:机械工业出版社, 2009. 3
(开店轻松赚)

ISBN 978-7-111-26523-8

I. 创... II. 周 III. 商店 - 商业经营 IV. F717.

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 033868 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑:曹雅君 责任编辑:曹雅君 隋兰兰

责任校对:侯 灵 责任印制:洪汉军

三河市国英印务有限公司印刷

2009 年 4 月第 1 版·第 1 次印刷

170mm×242mm·15 印张·1 插页·225 千字

0 001-5 000 册

标准书号:ISBN 978-7-111-26523-8

定价:35.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

销售服务热线电话:(010) 68326294

购书热线电话:(010) 88379639 88379641 88379643

编辑热线电话:(010) 88379706

封面无防伪标均为盗版

前言

现代社会外部竞争日益激烈，店铺要获得可持续发展并保持核心竞争力的关键因素是什么？作为刚刚起步的店铺我们应当考虑很多问题，比如，店铺如何制定有效的战略目标和战略决策？店铺现有产品的市场发展前景如何？哪些产品应当扩大市场占有率？哪些产品应当放弃？店铺应当推出什么新产品？产品的目标市场是什么？

根据自己的喜好和具备的资源选择适合的经营项目之后，还要考虑更多问题，比如进货渠道、目标顾客管理、店内装潢、商品陈列、店铺宣传等。

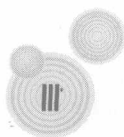
要回答上面提到的问题，不仅需要对自身资源有全面的掌控和了解，还需要拥有对外部市场的控制和预见能力。

从店铺可持续发展和保持长期竞争优势的角度来看，对市场的把握决定着店铺能否做出正确的决策以真正适合企业的发展，是店铺获得可持续发展并保持核心竞争力的关键所在。经营就是一个根据经营环境及未来趋势考虑如何更好地利用现有的实力以及潜在的资源 and 能力优势，制定能够满足目标市场需求、完成店主既定目标的过程。

虽然说商场如战场，但是商场并非完全是残酷的。活跃在商海中的人们不乏优秀、杰出的人才，他们同样是最懂得经营之道的人。成功的店主知道怎样才能感动他的上帝——顾客，怎样才能使自己的商品、自己的营销活动经久不衰，为顾客所接受、所喜爱。这其中不乏需要学习、借鉴的技巧和经验。

“做生意一定要先有发财的意识作为动力，然后以破釜沉舟的精神背水一战。只有够胆识、肯拼搏，才会有出头日子。”这是享有“世界景泰蓝大王”美誉的香港繁荣集团董事长陈玉书的经营心得。

一位店长在谈到店铺经营问题时说道：“每当我在进货时，总是保存店铺 2/3 的实力，不参与市场最热销的商品销售，而仅将 1/3 的力量用来



销售最好的热销商品。”仅用 1/3 的资源投入风险性大的经营活动中，这样即使失败也不会动摇店铺的根基。

很会做生意的温州人认为：头道汤的味道最好，先人一步的生意最赚钱。所以他们的经营经验是“敢为天下先”，敢于第一个吃螃蟹。

这只是很多经营经验和技巧的一小部分，根据自己或成功或失败的经历，每个商人都能总结出一套对经营的不同理解。结合自身资源有选择地运用这些经营诀窍，每个人都可以成为很成功的店主。

零售业是做终端的行业，也是没有极限的行业。一方面是客户没有极限，另一方面是需要做的事情没有极限，即使简单的事情也需要做到完美。有时候市场消费观念、地域特点以及产品更新比较快，致使小店铺很难跟上时代的步伐，所以店主需要学习这本书中介绍的所有技巧，真正做到“眼观六路耳听八方”，从而做到让整个市场尽在掌握。

参加本书编写工作的有：张智利、王井艳、贾宝林、刘亚平、姚红芹、朱玉芝、王建华、房国祥、赵秀军、孙桂梅、褚秀云、房庆祥、孙瑞、张彦军、张喜英、李艳华、杨文友、张国荣、戎子侠、卢家于、任国，在此一并致谢。

编者

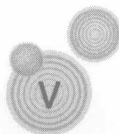
目 录

Contents

前言

第一篇 筹备篇

第一章 选址——捕捉黄金旺铺	3
一、商圈评估要点	3
二、选址时不可忽略的细节	6
三、选址大忌	9
四、聚焦特殊的地理位置	10
五、顺利与房东签约	13
第二章 执照——顺利申请营业执照	17
一、取个响亮的名字	17
二、领取营业执照的程序	20
第三章 价格——平衡定价跷跷板	23
一、定价的原则与策略	23
二、八大定价法	26
三、适时调整价格	29
四、不打价格战	31



第二篇 日常管理篇

第四章 商品——破解进货与库存的奥秘	37
一、如何把商品分类	37
二、轻松搞定进货渠道	41
三、确定合适的采购时机与采购量	43
四、验货把好商品质量关	45
五、畅销商品大清点	47
六、滞销商品的妥善处理	50
七、退换商品流程	53
八、怎样防止偷窃	56
九、贵重物品管理妙方	59
第五章 财务——做好自己的会计师	61
一、基础会计知识必备	61
二、店员收款流程	64
三、现金流管理	68
四、精打细算，控制成本	71
五、每日记好流水账	74
六、税务须知	76
第六章 管理——让店员跑起来	79
一、如何选聘与辞退店员	79
二、制作店员手册	83
三、多样化的基本培训	86
四、店员激励妙方	88
五、人性化管理	91
六、奖赏店员的技巧	94

七、防止优秀店员的流失	96
-------------------	----

第三篇 销 售 篇

第七章 推广——变相吆喝巧赚钱	101
一、市场推广贵在新、奇、特	101
二、各种促销活动大比拼	105
三、吸引眼球的广告单	108
四、抓住店庆的好时机	110
五、商品换季时的卖点	113
第八章 沟通——架起畅通无阻的桥梁	117
一、了解顾客，百战不殆	117
二、让顾客感受到你的热情	119
三、察言观色洞察顾客需求	122
四、提问牵着顾客走	125
五、倾听是最好的沟通	130
六、妥善回答顾客的每一个问题	134
七、沉着应对突发事件	136
八、突破僵局	139
第九章 成交——细节决定销售成败	143
一、跟踪目标顾客	143
二、不让已动心的顾客走出店门	148
三、激发顾客的购买欲	150
四、展示商品的技巧	153
五、捕捉购买信号	156
六、屡试不爽的促成交易法	160
七、讨价还价应对自如	164





第十章 顾客——维护顾客群的金钥匙	169
一、人脉就是财脉	169
二、尊重顾客赢得利润	174
三、一眼看透潜在顾客	176
四、让老顾客替你销售	178
五、将每一个顾客都培养成回头客	182
六、会员制的魔力	184

第四篇 售后篇

第十一章 服务——标准化服务永不变	191
一、信用是第一生命力	191
二、服务礼仪为店铺增添魅力	196
三、售后服务是下一次销售的开始	199
四、怎样处理缺货问题	203
五、如何应对顾客投诉	204
六、帮助顾客就是帮助自己	208
第十二章 壮大——由小做大，基业长青	213
一、尽快变成内行	213
二、先生存再发展	217
三、紧跟社会潮流	220
四、利用互联网淘金	221
五、良好店铺形象的树立	225

第一篇

筹备篇

- 第一章 选址——捕捉黄金旺铺
- 第二章 执照——顺利申请营业执照
- 第三章 价格——平衡定价跷跷板

选址——捕捉黄金旺铺

事业的成功往往离不开天时、地利、人和。开店选址是很讲究的，一旦决定开店，必须对所选地点作全面的考察，了解该区人口密度、顾客购买力等。店主必须谨慎评估才能事半功倍。

一、商圈评估要点

在商圈的评估过程中，数据化、量化的评价数据是非常重要的，可将人为的干扰因素减至最低。在地点位置数据中，可了解周围 250 米内交通、道路、住宅及公共场所的位置关系，进而判断该点的位置是否理想。

（一）商圈评估方法

商圈评估有个程序化的方法，只要根据这些方法，再复杂的商圈都可以轻松评估。下面介绍评估一个商圈的具体方法。

1. 根据区域位置进行评估

如果顾客需要历尽艰辛才能到店里来，那么即使他住得很近，这地方也不能算进你的商圈。相反，如果店铺交通便利，附近又有各具特色的专卖店，那么顾客即使住在几十公里之外，心理上也不觉得远，这地方就可以算进商圈内。

2. 根据商圈的形状进行评估

因为上下班或顺路而经常从店门前经过的人，很可能走进店铺进行购买，所以该顾客居住的地方也能列入商圈，而那些即使住在附近却从未光顾你的店



铺的人，其所处区域也不包含在商圈内，所以商圈的形状通常并不规则。

3. 根据实际顾客乘车或步行时间进行评估

无论目标顾客以何种交通工具前来，选址时都应该亲自用走路或乘车的方式，顺着顾客购物的路线，考察道路的坡度、公共汽车线路及等车时间等状况。估算一下顾客若到你的店铺购物，坐公共汽车需花多少时间等车、坐车，还有单行道等交通限制及塞车地点、程度，出入停车场是否方便等情况，也都应该有所了解。如此沿路测出顾客实际经过的距离，做上记号，最后把这些记号连起来，就能掌握商圈范围了。

4. 修正初步确定的商圈

最后的工作就是对已初步确定的商圈进行修正，主要途径就是根据所经营的商品或服务，对店址附近的顾客进行调查。

(二) 商圈竞争力和向心力

1. 商圈竞争力分析

通过调查以下几方面，可以对商圈的竞争力进行分析和评定：

1) 商圈的地理位置是否处于城市的经济、文化、行政、商业等人口活动密集区域？是否为城市规划中未来的商业中心？

2) 该商圈区域性质是什么？现在是否为交通网密集的地方？关于未来交通体系，道路状况，车流、人流通行量，地势条件的规划是否符合商圈今后改扩建的方向？

3) 该商圈内配套设施及文化设施状况如何？商圈中心地带承担着何种城市功能？商圈边缘环境是工业区、居住区、商务区还是文化区呢？边缘环境对商圈未来发展的影响如何？

4) 商圈形成的商业特点是什么？是否与主要消费群需求特征相吻合？

5) 邻近商圈的规模、特点如何？主要竞争店铺的经营状况如何？

2. 商圈向心力分析

商圈向心力是指商圈内各种零售行业满足顾客需求的程度。每个商圈顾客构成都不同，而每一顾客群都有特定的消费特征。只有了解商圈不同顾客群的特点，才能掌握其消费倾向，从而设立适应这些顾客需求的店铺，以得到最高的效益。商圈向心力分析可以通过以下两步来完成：

(1) 把握顾客消费心理及行为

这可以通过问卷调查，来摸清商圈的人口特征，包括：人口性别、年

龄分布、文化程度、职业分布、人口变化趋势、人均可支配收入、消费习惯、每次购物消费水平、家庭结构、是否能够接受大多数店铺的定价等。

通过分析可以找出该商圈主要顾客群所需商品类型、价格、款式等各种特征。

(2) 进行商圈行业结构等分析

进行商圈行业结构、分布及经营状况分析，各种行业饱和度分析。

1) 根据主要顾客群的消费习惯，进行不同行业店铺的对比分析和不同行业店铺的聚集与饱和度分析（比如零售业与餐饮、服务、娱乐、健身、图书以及邮电、银行的聚集）。

2) 同种行业店铺的分析。

3) 通过以下问题的调查来摸清该地区商家、店铺的总体构成及分类结构：店主和物业对从商环境的看法和评价；对客流量的看法和评价；对商圈顾客来源、消费习惯和行为特征的认识；对该商圈主要商业特色的认可度；对该商圈未来商业格局的认识；对该商圈整体商业配套服务的需求程度及合理化建议。

3. 商圈发展潜力分析

商圈发展潜力与店铺的销售能力密切相关。如果店铺不能满足目标顾客的需求，顾客就会转移到能够提供较好商品、价格、服务或更方便的附近地区的店铺那里购物，或通过其他途径购物，这就会降低该商圈的客流量，减少店铺的盈利。因此，尽量减少本商圈购买力外流，是增加商圈需求的有效途径。

商圈发展潜力可以通过以下两个指数来反映：

(1) 购物指数

在计算购物指数时可以分别选择商圈内和商圈外的家庭，进行以下调查：

1) 调查并计算商圈内顾客每月在本地与到其他商圈的店铺购物的货币比例。

2) 调查并计算商圈外顾客每月在当地与到本商圈的店铺购物的货币比例。

(2) 商圈商誉

只有商圈内众多商家不欺诈，不售假货，保证质量，价格公道，服务热情，售后服务周到，才能有良好的信用，从而建立商圈品牌。商圈发展



潜力还可以用商圈内同行业商家竞争方式来评价。许多商家竞争不是将精力放在差异化服务和差异化商品上，而是打价格战。这种同行业店铺之间的恶性竞争，不仅使彼此效益缩水，还可动摇顾客对商圈市场的基本信心。无法发挥商圈的集聚效应，无法扩大商圈规模。

总之，通过以上调查与分析，可以摸清商圈的优势与劣势，行业组合是否合理，行业之间是否优势互补，从而为自身的店铺定位策略提供可靠的依据。

二、选址时不可忽略的细节

店址的选择是很重要的。它直接关系到生意能不能做好，生意能不能做长。因为店址的设置是一项较长久的投资，资金一旦投进去，就不能随便撤走，店面也不能随便搬动。

（一）选个好的地点

“男怕入错行，女怕嫁错郎。”开店就怕选错地点。俗语说，“一步差三市”。小失误会导致大错误，纵然你有百万资金，投资不慎也会如东流之水，一去不返。人们常说：“做生意就是做店址的生意。”如果你想开家赚钱的店铺，就必须找到绝对可以生财的店面。

但实际上，就算是生意再好的繁华街道，也难免有些位置是“死角”，而一些被人视为偏僻冷清的街道，也有些地方适合于开店设铺。怎样才能确定哪个位置有利于开店经营呢？

通常情况下，繁华的商业区、人口密集的办公区、同类店铺林立的街区、客流量较多的地方，甚至车站和学校附近等，都是不错的开店方位。

下面再补充几个比较适宜开店的位置，希望对于你在选择店址时有所助益。

（1）拐角位置宜开店

拐角的位置往往是很理想的，它位于两条街的交叉处，可以产生“拐角效应”。拐角位置的优点是：可以增加橱窗陈列的面积；两条街道的往来人流汇集于此，有较多的过路行人光顾；可以通过两个以上的入口以缓和人流的拥挤。但由于店铺位置面临两条街，选择哪一面作为自己店铺的正门，则成为一个十分重要的问题。一般的做法是，选择交通流量大的街

道一面作为店铺的正门，即店面；而交通流量小的街道一面则作为侧门。当然也有同样重视两个门的，使人分不出哪一个是正门，有时这也能收到良好的经营效果。

(2) 三岔路口宜开店

店铺设在三岔路的正面，店面十分抢眼，同样被认为是非常理想的店址。处在这一有利位置的店铺应注意尽量发挥自己的长处。对店正面入口处的装潢、店名招牌、广告招牌、展示橱窗等要精心设计，抓住顾客的消费心理，将过往的行人吸引到店铺中来。

(3) 临街位置宜开店

店铺的交易和服务大多是通过面对面活动来实现的，因此，选择经营场所的先决条件是人流量大的地方。店面越大，陈列的商品越丰富，就越容易引起过路人注意，营业额也就越高。

(二) 关于选址的6个忠告

中国人经商最讲究“天时、地利、人和”，对于做终端零售的店主来说，店铺位置的好坏是能否盈利的关键。如何选择好的店铺位置是店主所面临的首要问题，如果不经认真而科学的选择，而是仓促或者盲目开店的话，通常很容易遭受失败。那么，经营店铺究竟该如何选址呢？

1. 根据经营定位进行选址

选择店铺位置之前，首先要明确自己的经营范围和经营定位。如果经营的是日用、副食等快速消费品，就要选择在居民区或社区附近；如果经营的是家具、电器等耐用消费品，就要选择在交通便利的商业区。

此外，还要考虑自己的目标消费群体，是主要面向普通大众消费群体，还是主要面向中高阶层消费群体，简单地讲就是要选择能够接近较多目标消费群体的地方。

通常情况下，大多数店铺适合选择在客流量比较大的街区，特别是商业活动比较频繁、商业设施比较密集的成熟商圈。

2. 避免交通管制

交通方便是选择店铺位置的条件之一，店铺附近最好有公交车站点，以及为出租车提供的上下车站等。另外，店铺门前或附近应该有便于停放车辆的停车场或空地，这样会更方便顾客购物。



3. 选择人口集中的地区

人气旺盛的地区有利于开设店铺，尤其是开设超市、便利店、干洗店这样的店铺。对于城市新开发的地区来说，刚开始居民较少、人口稀零，如果又缺乏较多流动人口的话，是不适宜开设店铺的。

虽然有时候在新建地区开店，可以独家专卖，但往往由于顾客较少，难以支撑店铺的日常运营。

4. 了解店铺产权问题

随着城市的快速发展，旧城改造是经营中可能遇到的大问题，开设店铺首先要调查和了解当地的城市规划情况，避免在可能拆迁的“危险”地区设置店铺。在租赁房屋时，还要调查了解该房屋的使用情况，例如建筑质量、房屋业主是否拥有产权或其他债务上的纠纷等，忽略这些细节方面往往会导致店铺的夭折，给自己带来巨大的损失。

5. 注意店铺所在街道的特点

一条街道会因为交通条件、历史文化、所处位置不同，而形成自己的不同特点，要选择街道两端交通通畅、往来车辆人流较多的街道，避免在“死胡同”里开店。

店铺的坐落和朝向也是十分重要的，店铺门面尽量要宽阔，朝北要注意冬季避风，朝西要注意夏季遮阳等等。同一条街道的两侧，由于行人的走向习惯，客流量也不一定相同。要细心观察客流的方向，在较多客流的一侧选址。

长途汽车站、火车站和城市的交通主干道，虽然人流很大，但客流速度较快，很多人经过的目的不是购物，滞留时间较短，在这些地方开店，要根据自己的经营需要慎重选择。

6. 选择适合自己店铺的专业市场

“货比三家”是很多人经常采取的购物方式，选择同类店铺集中的街区，更容易招揽到较多的顾客。不要担心竞争激烈，相关店铺聚集有助于提高相同目标顾客的关注。电子市场、花卉市场、建材市场等专业化程度较高的市场或商场，也是开设店铺的不错选择。

需要注意的是，选择专业市场或商场开店，要考察这些市场和商场的管理水平、规模大小、在当地的影响力等因素，对规模较小、开业时间较短、管理水平差的，要谨慎入驻。