

店铺轻松盈利与规范管理丛书



专卖店

ZhuanMaiDian

经营管理

一点通

店铺成功经营管理研究项目组/编著

Jingyingguanli
yidian tong



中国经济出版社
www.economyph.com

店铺轻松盈利与规范管理丛书



专卖店

ZhuanMaiDian

经营管理 一点通

店铺成功经营管理研究项目组/编著

7717.6/65



中国经济出版社
www.economyph.com

图书在版编目 (CIP) 数据

专卖店经营管理一点通/店铺成功经营管理研究项目组编著. - 北京: 中国经济出版社, 2004.1

ISBN 7-5017-6262-7

I. 专... II. 店... III. 专店-商业经营 IV. F717.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 115345 号

出版发行: 中国经济出版社 (100037·北京市西城区百万庄北街 3 号)

网 址: WWW.economyph.com

责任编辑: 陈 骥 (电话: 010-68308644 13621098588)

责任印制: 张江虹

封面设计: 蒋宏工作室

经 销: 各地新华书店

承 印: 三河市欣欣印刷有限公司

开 本: 787mm×960mm 1/16 印 张: 15 字 数: 253 千字

版 次: 2004 年 1 月第 1 版 印 次: 2004 年 1 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-5017-6262-7/F·5043

定 价: 29.80 元

版权所有 盗版必究 举报电话: 68359418 68319282

服务热线: 68344225 68353507 68341876 68341879 68353624

中国经济书店: 66162744 地 址: 西西北大街 233 号

轻松盈利 管理规范 风险规避

根据金牌店长的经验,经营管理水平的高低,直接影响到店铺的赢利.相比而言,赚钱的店铺只不过是做好以下工作而已:

市场定位	店址选择
门面设计	卖场规划
货物采购	商品陈列
成本控制	定价策略
销售计划	促销活动
经营创新	现金管理
财务健全	人员管理
员工培训	顾客接待
服务流程	物流配送
信息系统	规范管理



责任编辑：陈 骝
13621098588
ChenLiu_bj@sohu.com

COVER DESIGN JIANGHONG STUDIO 2003
装帧设计/蒋宏工作室·大伟
www.jianghong.com.cn Tel: 010-82562911
专为思想做包装的机构

编委会名单

主 编：文 成 韩 颖

副主编：周晓薇

编 委：毛新立 王美林 杨旭升 兰朝霞
孙小燕 金 滢 孟令发 梁瑞华
王高峰 查华良 王 锋 杨 敏
张建坤 丁 华 王 颖 李振云
商 娜 李新锋 连 治 乔 琦
刘银屏 周晓薇 江 平 王 岩
顾兹阳 付红梅 张大威 刘百花

导 读

2002年,美国零售业界传来两则令人震惊的消息。一则是,美国《财富》杂志的最新世界500强排行榜上,沃尔玛公司以2198亿美元的销售收入位居第一,这是零售企业第一次超越制造企业荣登榜首。另一则是,美国另一大零售企业——凯玛特公司正式申请破产。这两家都成立于1962年的零售企业,经历了40多年的风风雨雨,为什么会有截然相反的命运呢?

总结沃尔玛的成功经验与反思凯玛特的失败教训,给我们最大的启示在于:经营管理水平的高低决定了一个零售企业的成败。

自从国外超市进入,零售行业在中国发生了很大的变化,全国各种各样的超市、连锁店、专卖店、零售店此起彼伏,越开越多,竞争越来越激烈。然而,在零售行业发展的10年间,强者几乎都是外资的零售企业,中国本土企业可以做大,但很难做强。

我国的超市、连锁店、专卖店、零售店、餐饮店等都在迅速扩张,实行多店经营,但店多后却面临管理失控的风险。

有的店铺在经营管理上很简单,“拿来”国外的经营管理模式就用,但往往难以达到预期的效果。

.....





店铺的经营管理并不像高科技企业的经营管理那样高深，那么，难点和关键点究竟在哪里呢？是业态的问题，经验的问题，资金的问题，模式的问题，还是其他的一些问题？不论什么样的问题，归结为一点，即还是经营管理的问题，尤其是在借鉴国外成功经验的基础上的适合本土企业的经营管理模式的问题。

店铺的经营管理，首先要考虑的是如何盈利，这也是所有店铺经营管理工作者的心愿。然而虽然我们身边有许多的不同业态的新店开张，但是仍有不少的店铺由于经营不善而倒闭。正如许多资深专家指出的那样：一般店铺的失败率高达80%！事实上，新开一家超市店、专卖店、零售店等等都不是难事，只要有资金，有人手就可以实现这个愿望，但是要使店铺真正实现盈利，多赚钱，做大做强，却蕴涵着很多的学问和经验。

让各种业态的店铺赚钱盈利的学问大体都遵循这样一种科学的过程：从诞生日起，它就必须进入一个规范化的轨道，例如怎样筹集资金与选择店面，怎样设计店铺和采购货物，怎样进行商品陈列，怎样做好顾客服务与进行有效的促销，等等。这些都关系着店铺繁荣兴衰成败，也是每一位经营管理工作者最为关注的重点。

然而，当前我国店铺在发展与运营管理中还存在着诸多不规范的地方，许多环节都存在着不少疏漏，这无疑增加了经营风险。与此同时，国外许多实力雄厚、并已经具有一套完备操作系统的零售企业诸如：沃尔玛、家乐福、7-11等大举进入，它们不断增开门店，大大冲击了尚处于生长期的我国本土店铺。一面是生存的压力，一面是竞争的压力，国内店铺经营管理工作者更加迫切地需要经验丰富的专家答疑解惑，指点迷津，这也是我们整合业内的实



战专家、相关领域的教授学者成立“店铺成功经营管理研究项目”的初衷，而这套“店铺轻松盈利与规范管理丛书”的出版正是研究项目组经过多年实践、研究与思考创新的结果。

本套丛书从我国具体情况出发，是专为店铺经营管理工作者精心打造的日常运营与规范管理的实务手册，其特色在于：能给店铺经营管理工作者带来“一点通”的现学现用之实用功效，其具体体现在编写上采用了灵活的框架语言。

本套丛书内容涉及超市、连锁店、专卖店、零售店、餐饮店等多个零售业态，同时，考虑到在店铺中“餐饮店”所占的分量与比重，研究项目组为此专门对其进行了专题研究。在本丛书中，每一分册分别对一个业态进行了详尽的分析研究，周全而各有侧重，同时还大量介绍了国内外成功店铺的经验，为店铺经营管理工作者提供了更生动更具体的借鉴范本。我们相信，本丛书必将给店铺经营管理工作者带来实实在在的帮助，有助于店铺管理的规范化，并实现轻轻松松地盈利、壮大！

在过去多年中，我们一直对店铺的经营管理研究倾注了满腔热情，衷心期待中国的各种各样的店铺早日成长起来。然而，由于时间和水平所限，相信书中会有一些不足之处，敬请读者指正，也希望同行来信交流对店铺经营管理成败的所思、所得。

店铺成功经营管理研究项目组

2003年12月10日于北京大学蔚秀园



目 录

第一章 规划	(1)
一、如何树立专卖理念	(1)
二、如何确定商圈	(3)
三、如何进行市场调查	(4)
四、如何确定筹资方式	(6)
五、如何确定筹资规模	(8)
六、如何选择店址	(10)
七、如何签定租房合约	(12)
八、如何选择商品经营范围	(14)
九、如何进行工商登记	(15)
十、如何进行税务登记	(17)
第二章 店面	(19)
一、如何设计出入口	(19)
二、如何设计招牌	(20)
三、如何设计橱窗	(22)
四、如何使用店面广告	(23)
五、如何进行店内布局	(25)
六、如何设计专卖店天花板	(28)
七、如何配备室内设备	(30)
八、如何进行照明设计	(33)
九、如何进行声音设计	(34)



十、如何进行气味设计	(35)
十一、如何进行色彩设计	(37)
十二、如何进行装修	(38)
第三章 陈列	(42)
一、如何选择陈列方式	(42)
二、如何选定商品陈列的“黄金段”	(43)
三、如何陈列不同类型商品	(44)
四、如何陈列重点商品	(46)
五、如何运用卖场陈列吸引顾客	(47)
六、如何运用陈列设备	(48)
七、如何进行橱窗陈列	(51)
八、如何做好不同类型专卖店的商品陈列	(53)
第四章 采购	(55)
一、如何确定采购商品的结构	(55)
二、如何制定订货计划	(56)
三、如何进行商品采购	(58)
四、如何制定采购策略	(60)
五、如何掌握采购技巧	(61)
六、如何进行商品采购谈判	(63)
七、如何签订采购合同	(65)
八、如何进行商品运输	(67)
九、如何使用电子订货系统	(69)
十、如何进行商品盘点	(70)
第五章 定价	(73)
一、如何确定商品定价目标	(73)



二、如何确定商品的定价	(75)
三、如何进行一般商品定价	(77)
四、如何进行特殊商品定价	(79)
五、如何进行价格调整	(81)
六、如何进行心理定价	(83)
七、如何采用标价策略	(85)
 第六章 财务	 (88)
一、如何进行会计处理	(88)
二、如何确认专卖店的收入与费用	(90)
三、如何进行会计报表编制与分析	(92)
四、如何优化专卖店的现金流	(94)
五、如何进行收银作业	(97)
六、如何确定收银人员工作职责	(99)
七、如何应对不同款项支付方式	(100)
 第七章 促销	 (103)
一、如何制定促销计划	(103)
二、如何选择促销方式	(105)
三、如何运用促销策略	(107)
四、如何展示商品卖点	(108)
五、如何进行广告宣传	(110)
六、如何进行商品派送	(112)
 第八章 顾客	 (115)
一、如何了解顾客购买动机	(115)
二、如何进行顾客服务管理	(117)
三、如何提供使顾客满意的服务	(119)



四、如何给顾客以良好影响	(120)
五、如何增强顾客信任度	(122)
六、如何转变顾客的拒绝态度	(124)
七、如何赢得回头客	(126)
八、如何应对顾客抱怨	(128)

第九章 服务	(130)
一、如何创造良好的销售环境	(130)
二、如何培养全员的服务意识	(131)
三、如何培养店员积极的服务态度	(133)
四、如何把握销售时机	(135)
五、如何选择售后服务种类	(137)
六、如何做好售后服务	(139)
七、如何进行售后服务跟踪	(140)
八、如何为大客户提供服务	(142)

第十章 经营	(145)
一、如何制定经营战略	(145)
二、如何制定经营计划	(146)
三、如何选择会员制类型	(148)
四、如何塑造良好形象	(149)
五、如何增强专卖店自身亲和力	(151)
六、如何进行自身形象宣传	(153)

第十一章 店长	(155)
一、如何明确店长职责与能力要求	(155)
二、如何提高店长自身素质	(156)
三、如何提升店长领导能力	(158)



四、如何改善经营业绩	(160)
五、如何开展最优化的经营	(162)
六、如何进行竞争活动调查	(164)
七、如何激发店员工作激情	(165)
八、如何组建员工工作团队	(167)
九、如何对部属布置任务	(168)
十、如何发挥不同类型店员的作用	(170)
十一、如何处理店内矛盾	(172)
 第十二章 店员	(174)
一、如何选择合格的店员	(174)
二、如何安排销售人员工作	(176)
三、如何对管理人员进行培训	(177)
四、如何进行员工培训	(179)
五、如何对员工进行日常考核	(180)
六、如何考核销售人员	(182)
七、如何给付员工报酬	(184)
八、如何培养员工的团队精神	(185)
九、如何进行销售人员管理	(187)
 第十三章 发展	(189)
一、如何选择发展战略	(189)
二、如何保持稳定发展态势	(190)
三、如何实现跳跃式发展	(191)
四、如何确定竞争对手	(192)
五、如何收集竞争情报	(194)
六、如何选择竞争策略	(195)



七、如何策划竞争活动	(197)
八、如何实施竞争策略	(198)
九、如何创造自有品牌	(201)
十、如何加盟品牌专卖店	(202)

第十四章 各类型专卖店	(205)
一、如何经营商业区专卖店	(205)
二、如何经营办公区专卖店	(206)
三、如何经营社区专卖店	(208)
四、如何经营校区专卖店	(209)
五、如何经营食品专卖店	(211)
六、如何经营珠宝首饰专卖店	(213)
七、如何经营时装专卖店	(214)
八、如何经营礼品专卖店	(216)
九、如何经营书报专卖店	(217)
十、如何经营音像专卖店	(219)
十一、如何经营鲜花专卖店	(221)
十二、如何经营特殊行业专卖店	(222)



第一章 规划

一、如何树立专卖理念

在开设专卖店之前,经营者必须树立自身的专卖理念,以形成自身专卖店的特色。一般而言,就是要在以下这些方面建立自身优势。

1. 个性化理念

由于消费者和消费趋向多元化、个性化,专卖店的经营也要体现出这一特色,进行个性化经营。这就要求专卖店对目标顾客群进行细分,培养核心消费者群体对专卖店的忠诚度,如采用会员制形式、定期向顾客发送最新商品的信息、定期举办促销活动、进行回报老顾客的酬谢销售,等等。同时,对不同的顾客应采取不同的销售技巧,并对顾客的消费情况进行跟踪,进行个性化销售,选择有潜力的领域加以开拓,充分体现专卖店经营的个性化。

2. 专业化理念

专卖店专业化理念体现在:将专卖店中同一系列、同一类型的商品进行组合,专门销售,使专卖店对商品的经营能力大为加强,销售的种类也大大丰富,这正是专卖店不同于零售店、百货店的地方。同时,专卖店对商品相关的信息具有把握准确而且及时的特点,能为消费者提供专业的服务,使消费者产生信任感,满足其各种需求。此外,在技术支撑能力方面,专卖店的优势更为显著,对于技术含量比较高的商品,往往可以提供强大的技术服务体系作保障,以解决消费者的后顾之忧,从而使其放心购买。

术语一点通

专卖理念是专卖店经营的一种销售理念,即如何实现价值流、物流、现金流的连续流转,并通过与外界的良性互动为消费者创造最优价值以获得最大利润的理念。



3. 服务至上理念

从某种程度上讲，专卖店与其他一般商店的区别就在于专卖店出售的不仅是商品，而且更是服务。同样，顾客到专卖店来购买的也不仅仅是商品，而是体现在商品上的一种价值，包括服务、品牌、品质等。由于专卖店商品线狭窄，所以服务显得十分重要，提供专业、优质的服务可以说是专卖店的灵魂。

4. 人性化理念

随着消费者的日益成熟及购物层次的提高，他们已不满足于一手交钱一手交货的传统销售形式，他们更注重精神上的满足，而不仅仅是物质上的。专卖店在商品销售的过程中实行人性化销售，将顾客当做朋友，建立一种平等、友好的关系，使顾客来到专卖店有一种宾至如归的感觉，这就要求：

首先，必须绝对保证商品品质，专卖店必须从消费者切身利益出发，销售最优质的商品。

其次，塑造温馨的购物氛围，现在很多专卖店都装潢得十分典雅别致，富有艺术的美感，营造出良好的购物环境。

再次，店员应该和顾客进行细致的沟通，了解他们真实的需要，并反映在各项服务上。

最后，举行各种活动推出新商品，并通过这些活动体现对顾客的人文关怀。

总之，人性化销售以真诚感动顾客，以真心体贴顾客，真正让顾客把专卖店当作一个可信赖的伙伴。

5. 时尚性理念

专卖店需要在广大消费者中找出自己的目标顾客，并针对顾客特殊的需求进行专卖经营。对于这类目标顾客的差异化需求，专卖店不但要熟悉而且还要能利用自己特殊的优势来引导消费潮流。这一点在服饰等时尚性专卖店尤为突出，服饰专卖店一般出售的都是高档且时尚的精品服饰，而服饰非常讲究时尚性。专卖店需要能与流行趋势合拍，及时推出最流行、最时尚的款式。