

走进全世界最成功的小店
为你提供全方位创业指导

特色小店

与你分享小店吸引顾客、长久成功的秘诀

[美] 多萝西·芬奈尔 (Dorothy Finell) 著
刘 静 译

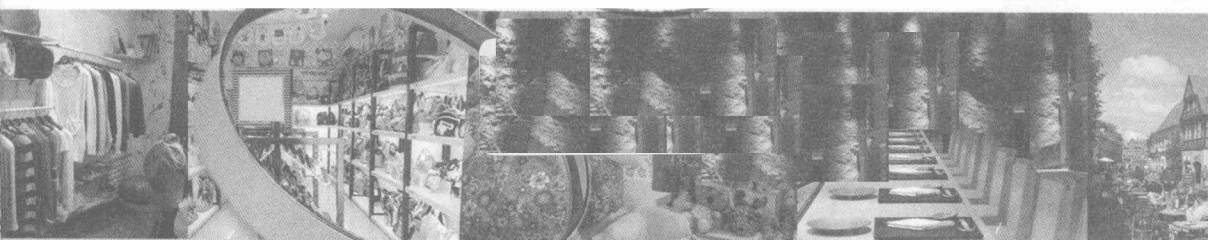


THE SPECIALTY
SHOP

東方出版社

特色小店

与你分享小店吸引顾客、长久成功的秘诀



THE SPECIALTY
SHOP

東方出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

特色小店 / [美] 多萝西·芬奈尔 著. 刘静 译. —北京: 东方出版社, 2009. 3
ISBN 978-7-5060-3433-3

I. 特… II. ①芬… ②刘… III. 商店—商业经营 IV. F717

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 020108 号

The Specialty Shop
Copyright © 2007 Dorothy Finell.
Published by AMACOM,
a division of the American Management Association,
International, New York.
All rights reserved.

特色小店

作 者: [美] 多萝西·芬奈尔

译 者: 刘 静

责任编辑: 李 丹

出 版: 东方出版社

发 行: 东方出版社 东方音像电子出版社

地 址: 北京市东城区朝阳门内大街 166 号

邮政编码: 100706

印 刷: 北京智力达印刷有限公司

版 次: 2009 年 3 月第 1 版

印 次: 2009 年 3 月第 1 次印刷

开 本: 710 毫米×1000 毫米 1/16

印 张: 12.75

书 号: ISBN 978-7-5060-3433-3

定 价: 28.00 元

发行电话: (010) 65257256 65245857

版权所有, 违者必究 本书观点并不代表本社立场

如有印装质量问题, 请拨打电话: (010) 65266204

开一家成功的特色小店

在所有新开的商店中，大约有 85% 都会在 5 年之内歇业。这也意味着，只有 15% 的商店能够获得成功。至于另外 85% 的商店，它们的主人付出了艰辛的劳动，换来的却是失望、挫败、破产。还有一些人会因此失去毕生的积蓄，并面临婚姻破裂的危机。

我经常逛家乡的商店。看到许多商店开业不久即告歇业，我感到很伤心。我自己就是一个零售商，而且做得很成功。因此，我只需去一家商店几趟，就能看出它的命运到底是成功还是失败。一旦我觉察出哪家商店可能会失败，我就会感到很伤心，因为我知道，这些商店的老板通常都是年轻人。他们是多么渴望成功啊！所以，当有出版社邀请我写一本关于零售业的书时，我就想到了：我要和别人分享我多年来成功的经验，同时包括全球各地成功零售商的创意和经营指南。他们中没有一个人是空头理论家，都是真正的商店店主，他们会和你分享专业的经验之谈。他们的想法很缜密，不会漏掉丝毫的重点，在赋予你灵感、使你创意迭出的同时，也会为你考虑到开店理性的一面。

本书中的有些方法只对一部分商店有用，对其他商店则不适用。为什么呢？因为每个商店都是不同的，每一家商店的开业都是独一无二的。有些商店使用华美异常的展示橱窗，有些商店则没有橱窗；有些商店在当地报纸上投放很多广告，有些商店根本就不做广告，而只依靠人际网络传播。它们各有各的特色，而且根据自己的特色，发明出适合自己的宣传手段，并且获得极大成功。

本书的目的是让你成为那成功的 15%。如果你已经进入零售行业，却深感力不从心，那么本书的目标就是帮助你的商店转型，扭亏为盈。在经营商店的时候，有些错误一定要避免，否则就会给你

造成惨重的损失，把你的梦想变成梦魇。本书的另一个目标就是：提醒你避免犯这些错误。

本书里包含了许多成功故事，它们的产品范围很广泛，几乎涵盖了全部的利基市场^①。在这里，我只撷取其中主要的产品类别，以供你选择。本书还涉及了其他的产品类别，所以，你不用担心找不着合适的！

男装、男性饰品

亚麻制品

女装、女性饰品

咖啡及其他相关产品

童装、玩具

毛线及其他相关产品

面具及其他相关产品

野营和徒步旅行用品

帽子

编织

自行车、自行车附件

办公用品、艺术用品

宠物、宠物饰品

纸类产品、包装纸、彩带

珠宝首饰

糕点甜品及其他相关产品

礼品

相框

茶叶及其他相关产品

瓷器

文具、卡片

灯饰

鞋及相关饰品

纺织品及其他相关产品

玻璃产品

银质产品

护肤品

厨具及其他相关产品

收藏品

旅游用品

^① 利基是英文“Niche”的音译，Niche 来源于法语。法国人信奉天主教，在建造房屋时，常常在外墙上凿出一个不大的神龛，以供放圣母玛利亚的神像。它虽然小，但边界清晰，洞里乾坤，因而后来被引来形容大市场中的缝隙市场。在英语里，它还有一个意思，是悬崖上的石缝，人们在登山时，常常要借助这些微小的缝隙作为支点，一点点向上攀登。20 世纪 80 年代，美国商学院的学者们开始将这一词汇引入市场营销领域。利基市场指向那些被市场统治者或有绝对优势的企业忽略的某些细分市场。——编辑注

本书为你提供了许多实用的建议，其中涉及以下几方面。

- 怎样做市场调查、怎样规划自己的利基商店。
- 怎样选址。
- 大致规划、商品规划。
- 商店的氛围、装饰和陈设。
- 进货。
- 财务。
- 雇用优秀的店员，提供培训，留住他们。
- 做广告、举行庆祝活动或者促销活动。
- 世界各地成功商店店主的个人见解。本书介绍了 30 家经营状态良好的商店和 32 位店主。

我仔细研究过很多家利基商店，却只选择了其中最优秀的写在这本书里。它们分别来自加利福尼亚州洛杉矶市、卡梅尔市，康涅狄格州哈特福德市（West Hartford），法国巴黎，意大利的几个城市，英国伦敦，澳大利亚的悉尼、墨尔本、堪培拉等。我拜访这些商店，采访它们的老板，分析同城市的其他同类商店如何评价自己的店内陈设、氛围和店员。这些商店销售一种或者多种利基商品，或者整个商店就是一个利基商店。有些商店为了装修得好看，花钱多得离谱，但我对它们不感兴趣。对我来说，那些有创意的、令人着迷的、与众不同的商店才是符合标准的。因为这样的商店能创造出一种独特的氛围，这种氛围正是利基商店的全部。

一个利基商店，只有同时做到装修个性化、陈设与众不同、商品独特、店员友好、生命力强，才能算是达到了优秀的标准。比如，我仅仅走访了意大利的 8 个小城市，就发现 3 家出色的商店。它们符合上面的每一条标准，是不折不扣的赢家。但是，在大城市里，

我原本以为能找到许多出色的商店，却一家也没找到。没有一家能够达到上面所说的每一条标准。

当然，一个人不可能遍寻全球各地的每一家商店。在我到过的地方，一定还有其他成功的商店。

如果你认为自己的商店很出色，并且符合上面的每一条标准，那么请告诉我。我们在出版下一本关于利基商店的书的时候，可能会把你的商店写进来。你可以写邮件给我，我的电子邮箱地址是：
dorfin9255@aol.com。



一位酷似滚石的顾客

1983年的某个星期天是我们商店开业的前一天。展示橱窗都已做好了，只剩下一点室内的活儿。于是，我们在商店里面为开业做最后的准备，比如往墙上钉钉子等等。这时候，一个男人走了进来。他衣着怪异凌乱，发型很疯狂，没刮胡子，穿着一条破破烂烂的牛仔裤。他指了指橱窗里的女装，说道：“我买这一件。要8号大小的。”他连价钱还没问呢！我寻思着那套服装大约值900美元。我刚刚入行，本来就很紧张，更别提遇见了这么一位如此与众不同的顾客了。我告诉他，那件衣服的尺码不是8号的，我会去给他找。但是，我心里却想：“他看起来很穷啊，应该买不起这件衣服。这可怎么办呢？”结果，没想到橱窗里的那件衣服就是8号的。我感觉更慌张了。我问他：“你有信用卡吗？”他竟然有！他还说，他的妻子肯定会喜欢这套衣服。接着，我问他的地址在哪里。他回答说：“你是问这儿的地址，还是问伦敦的地址？”我说两个都要。他就把两个地址都写给我了。当时，我真是惊呆了。于是，我问他要电话号码。他又说：“是这儿的电话号码，还是伦敦的电话号码？”我又说两个都要。然后，他让我把那套衣服寄到伦敦去，因为他

妻子在伦敦，而他目前正在美国开演唱会。演唱会？我看了看他的名字，从来没有听说过啊。于是，晚上到家时，我问我的儿子：“你听说过麦克·贾格尔（Mike Jagger）吗？”^①

美国人口普查局的统计数据显示：

- 只有店主没有雇员的商店，每年大约新开 180 万家；只有一个雇员的商店，每年大约新开 7.5 万家。

- 每年，都有大约 58.7 万家商店歇业。这些商店至多有 4 名雇员。

- 大约有 90 万家商店的主人是女性，其中一部分有雇员，另一部分没有雇员。

- 雇员不足 4 人的商店，大约有 112.6 万家。

——来源：美国人口普查局 2002 年的数据

^① 麦克·贾格尔，滚石乐队主唱，他是自摇滚乐产生以来最具影响力的乐手之一。——译者注

目 录

前言	001
引子	005
第一章 规划你的商店	001
第一节 找到适合自己的利基商品	002
第二节 装修和装饰	006
第三节 商品博览会	007
第四节 财务计划	010
第五节 成功故事	011
第二章 商店的氛围、装饰和布置	015
第一节 商店氛围	016
第二节 内部装饰	017
第三节 确立商店的主题	018
第四节 外部装饰	020
第五节 货物布置	022
第六节 小品文	024
第七节 橱窗展示	025

第八节 成功故事	026
第三章 地段的重要性	039
第一节 人口统计状况	041
第二节 需要避免的地理位置	043
第三节 加利福尼亚州卡梅尔市	043
第四节 成功故事	047
第四章 创造迷你精品屋	055
第一节 兰蒂斯杂货铺	056
第二节 “我就要”儿童用品商店	061
第三节 KRML 电台	063
第五章 财务管理	067
第一节 退休主管服务团的建议	068
第二节 存货控制	070
第三节 营业执照、商标、货物分区和保险	071
第四节 赋税	071
第五节 加斯帕·卡迪纳尔的意见	072
第六节 成功故事	077
第六章 客户服务、雇用和培训员工	085
第一节 零售业的基本规则	086
第二节 学习专业技能	086
第三节 你适合进入零售行业吗?	087
第四节 雇用售货员	088

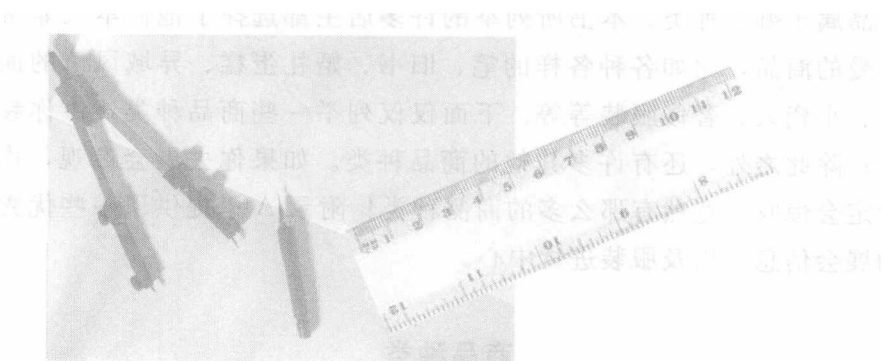


第五节	培训	091
第六节	退货政策	095
第七节	成功故事	098
第七章	市场营销、广告和促销	109
第一节	市场营销的定义	110
第二节	付费广告	111
第三节	公共关系	118
第四节	成功故事	125
第八章	让商店影响社区	139
第一节	“朝圣者之路”书店	140
第二节	贝拉和戴西的店	143
第三节	雷鸟书店	147
第九章	开业典礼	151
第一节	邀请函	153
第二节	商店的外观	154
第三节	娱乐活动	154
第四节	商店赠品	154
第五节	商店奖品	155
第六节	点心和饮料	156
第七节	来宾登记	157
第八节	为开业典礼做宣传	157
第九节	一家婚礼用品商店的开业典礼	158
第十节	令人惊讶的橱窗展示	159

附录A 展会和博览会	161
一、礼品贸易展览会	161
二、服装行业的展览会	165
三、采购公司	171
四、采购公司的收费情况	178
附录B 电子商务网站	181
附录C 成功故事资源手册	183

第一章

规划你的商店



开一家利基商店能给你带来许多好处。在我遍寻各地利基商店的时候，不断有世界各地的零售商告诉我，说利基商店安全性高、节约成本、很少降价，所以具有很大的吸引力。但是，要想获得成功，你必须把自己的商店定位为标准的利基商店，以与其他的商店区别开来。在这本书里，你能够找到好几十个采访记录，采访对象是来自美国、欧洲、澳大利亚的利基商店店主。他们会给你提供宝贵的经验、新鲜的见解、积极的鼓励，还有成功的秘诀。

利基是什么意思？它是填充一个市场缝隙的意思。利基商品是那种顾客喜欢、但其他商店不卖的东西。整个商店都可以是利基商店，如果一件商品和店内其他商品都不同，那么它就是一件利基商品。在本书内，你会发现有些商店被分为 12 间精品店，每一间精品店都是利基精品店，因为每一间精品店卖的商品都不同。在今天的市场里，连锁商店越来越多，它们销售的商品全国统一，所以，对你来说，你就要与它们区别开来，与它们不同！



第一节 找到适合自己的利基商品

一旦你决定进入零售行业，那么下一步就要决定你想要销售的商品属于哪个种类。本书所列举的许多店主都选择了他们本人非常喜爱的商品，比如各种各样的笔、旧书、婚礼蛋糕、异域风情的面具、小瓷人、奢侈服装等等。下面仅仅列举一些商品种类，供你参考；除此之外，还有许多其他的商品种类。如果你去展会参观，你肯定会惊叹，竟然有那么多的商品种类！附录 A 里提供了一些优秀的展会信息，以及服装进货中心。

商品种类

相册、剪贴本	礼品包装袋
浴室用品、卧室用品	陶瓷制品
古董	礼品包装盒
沙滩用品	圣诞节装饰
仿古制品	礼品包装、彩带
书、出版物	钟表
服装	玻璃制品
黄铜制品、青铜制品	收藏品
婴儿用品	美食
气球	乡村手工艺品
新娘用品	贺卡
酒吧用品	当代手工艺品
日历	传统手工艺品
篮子、藤条制品	和爱好相关的商品
蜡烛、烛台	锅和盘子
糖果	水晶制品

自有品牌
家庭娱乐设备
家用纺织品、毯子
装饰枕、挂毯、壁毯
桌上办公用品，开信刀
家居用品、配饰
小冰桶和小托盘
整套餐具
珠宝盒
流行珠宝首饰
高级珠宝首饰
万花筒
展示支架、展示设备
玩偶
厨房用纺织品、其他厨房用品
教育用品
电子产品、电子设备
皮制品
环保产品
民族工艺品
流行饰品
小塑像
扁平的餐具，刀具
地毯
园艺用品
假花、干花

家具
游戏、谜语、扑克
花园用品
灯饰
纺织品、床上用品、枕头
纪念册
男性礼品
小画像、精细画
手机
杯子
博物馆物品仿制品
音乐盒
音乐礼品
航海类礼品
让人产生购买冲动的新奇产品
办公用品
镇纸
派对用品
爱国产品
笔、其他书写工具
香水瓶
个人护理用品
宠物用品
不列颠金制品
餐具垫
.....



在决定选择哪个商品类别之后，你就要制订一个详细的规划。在这个大的类别里面，你要确定经营的小类别是哪些。例如，你决定经营男装。除了基本产品如短裤、外套、运动服之外，你会不会销售内衣、短袜、腰带、鞋子、领带？你要出售休闲式的外套，还是正式场合下穿着的外套？还是两者都卖？进货的时候，你的产品尺码范围是什么？如果你决定开一家笔店，那么在卖笔的同时，你卖不卖文具：日记本、墨水、文具袋？如果你计划开一家珠宝首饰店，你是卖真珠宝，还是卖仿造的珠宝？或者二者兼有？你是销售女性珠宝首饰、男性饰品，还是小孩饰品？还是三者都在你的经营范围之内？你能给顾客提供的服务没有限制，唯一的限制就是你的想象力。例如，加利福尼亚州卡梅尔玩具店，它不仅卖漂亮罕见的玩偶，还卖玩偶房子、玩偶衣服，并且提供玩偶维修服务。

如果你想在佛罗里达州开一家服装店，专营旅游服装，那么你可以在商店的一角摆放一张桌子，上面放一些旅游册子，提供一些与旅游相关的信息。你可以雇用一位旅行顾问，为顾客提供独一无二的旅行计划。

丹士奇（Danskin）这家企业专门生产与跳舞和运动有关的产品。它的产品包括紧身衣、短裤、上衣等等，广受女性欢迎。所以，我和丈夫决定：在我们的每一家商店里，都加入一间丹士奇精品屋。后来，丹士奇精品屋获得了很大的成功，逐渐发展成为一家独立的利基商店。

很多菜谱、特别的书、礼品书都具有鲜明的特色，有可能成为利基产品。兰蒂斯杂货铺（Landis General Store）在一家商店内拥有 10 间精品屋，其主人是艾蒂·福莱尔（Edie Frere）。她说：《蒂凡尼写给青少年的餐桌礼仪》（*Table Manners for Teenagers*）这本书是利基产品，因为这家商店位于洛杉矶高级城区，这儿的顾客都觉得这本书很有吸引力。

如果你的商店位于旅游区，那么你可以添加一种利基服务，专