

SEC
SYSTEM OF EXPERT CONSULTANCY
品牌顾问 零售专家



中国零售业提升业绩必选培训教材

便利店 5日通

中研零售商学院策划 祝文欣◎主编

*bianlidian
5ritong*

面对遍地的便利店我们如何才能脱颖而出？
面对许多零售巨头，我们如何巧妙地规避竞争？
成功一定有方法。

本书从前期准备、选址装修、经营、管理、提升5个角度，
提炼了便利店经营、盈利的关键技巧。
只需5日，让您轻松做老板！



中国发展出版社

SEC
SYSTEM OF EXPERT CONSULTANCY
品牌顾问 零售专家



中国零售业提升业绩必选培训教材

便利店 5日通

中研零售商学院策划 祝文欣◎主编

图书在版编目 (CIP) 数据

便利店 5 日通/祝文欣主编. —北京: 中国发展出版社,
2009. 2

(阿旺开店系列丛书)

ISBN 978-7-80234-326-9

I. 便… II. 祝… III. 零售商店—商业经营

IV. F713. 32

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 017120 号

书 名: 便利店 5 日通

主 编: 祝文欣

出 版 发 行: 中国发展出版社

(北京市西城区百万庄大街 16 号 8 层 100037)

标 准 书 号: ISBN 978-7-80234-326-9/F · 806

经 销 者: 各地新华书店

版 式 设 计: 北京飞亚景文化传播有限公司

印 刷 者: 北京东海印刷有限公司

开 本: 700 × 980mm 1/16

印 张: 14

字 数: 162 千字

版 次: 2009 年 2 月第 1 版

印 次: 2009 年 2 月第 1 次印刷

印 数: 1—6000 册

定 价: 28.00 元

联 系 电 话: (010) 68990630 68990692

购 书 热 线: (010) 68990682 68990686

网 址: <http://www.developress.com.cn>

电 子 邮 件: drcpub@126.com

版权所有 · 翻印必究

本社图书若有缺页、倒页, 请向发行部调换

总序

INTRODUCTION



自己当老板,是很多人的梦想!毕竟我们活在这个竞争的物质社会中,都想拥有一份自己觉得安全的、收益丰厚的、长期的事业,而自主创业、自己当老板是个比较好的选择。

创业首先必须选对行业。有的人过于相信自己的能力或过于理想化,认为自己即使进入一个前景暗淡的行业一样能大有所为。其实获得成功不是一件容易的事情。创业要想获得成功必须具备两个前提:一是做正确的事情,二是正确地做事情。一个人十分勤奋努力,充分挖掘自己的潜力来做事情只是正确地做事情的一个方面,而选择好的行业才是做正确的事情。

正是基于这个原因,我们精选最具有前途的十个行业,编辑出版本系列丛书,希望能够在竞争激烈、战云密布、任何经营上的疏漏都有可能导致事业折戟沉沙的现代商业市场,为创业者提供一些帮助。

一项事业成功的关键,在于准确的定位、特色的经营环境、优质的服务、合理的营销策略和标准化、科学化、专业化的管理。本丛书就是从这几个方面出发,为创业者、开店者出谋划策、指点迷津,书中广征博取,汇集了经商入门的多种经验,并根据开店的经营流程和运作程序,分别介绍了开店的筹划与准备、选址与布局、营销与服务、管理与理财

等创业者迫切关心和急需应用的经营智慧和赚钱艺术。

本丛书行文流畅、内容实用,通体分为:

基础篇。对店铺的概念进行定义,对行业现状和经营条件进行分析,对开店方式进行选择,对不同的运作模式进行比较,试图找出最适宜的经营之路。

选址装修篇。重点解析选址在店铺经营中的重要意义,消费群体调查分析,店铺装修,细部规划及商品陈列与布局技巧等一系列在店铺经营前期所应解决的问题。

经营篇。主要解决店铺定位,采购进货,商品定位与分析,产品定价、宣传、推广与促销策略等日常经营过程中时常遇到的难题。

管理篇。细化为员工管理、财务管理、货物管理、客户管理等方面,洞烛幽微,力图帮助经营者在最短的时间内掌握最直接的管理方式和运作理念。

提升篇。将店铺提升到整个行业的高度展望,以统筹、全局化的目光审视所处的地位和急需解决的问题,希望起到高瞻远瞩、未雨绸缪的作用。

在每篇中,我们辅以“阿旺锦囊”和“鉴证实录”,妙笔评析,查缺补漏,篇篇均新颖,招招皆窍门,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、开店的艺术技巧和策略,可令商界新人茅塞顿开;令商界老手若有所悟。

在本书的编写过程中,参考了一些名家的观点,在这里表示感谢;又因编写者水平所限,书中不免偏颇和不足,敬请读者朋友指正。我们把每一位读者当成朋友,朋友的批评,自然永远都是欢迎的。

祝文欣

2009年1月



FOREWORD

前言

创业必须选对行业。如果选了一个增长缓慢,甚至衰退的行业,不论自己多有能耐,创业也很难成功。

有一个行业比较适合创业,那就是开便利店。之所以说这个行业适合创业,一是它的门槛比较低,并不需要太多的资金投入;二是它对人的要求并不是太高,不需要有特别高的专业知识;三是它确实是个正在快速增长的行业,这种行业最适合创业。便利店行业在发达国家市场已经形成相当大的规模,而且方兴未艾,的确是可以有一番作为的行业。

做任何一份事业,有三个基本要素必须确定:项目、资金和人。

项目上,我国便利店行业的发展前景十分看好,且便利店行业利润率比较高。同时,便利店行业的进入门槛并不是太高,发达国家的众多便利店巨头十分看好中国市场,纷纷扶持一些中国的创业者加盟连锁,这是难得的创业机会。此外,便利店生命力比较顽强,能生活在百货店和超市很难渗透的空间。

资金上,便利店所需要的资金量并不大,也适合个体进行创业。而且便利店的融资渠道比较多,现在风险投资也开始向便利店投资,种种情形表明,资金的筹集不会成为便利店经营的很大障碍。



在人的方面,便利店对人的要求并不是太高。他不需要高深的技术,只要求了解掌握经营知识和商品知识,懂得为客户服务的重要性:服务是提业绩、树信誉、创名牌的基础。

另外,如果是加盟国际巨头的便利店事业,往往可以获得采购、管理和营销全方位的培训,而且能得到经营指导。很多时候,这些对创业者的价值远远高于利润本身。但是加盟国际巨头的便利店事业往往需要很多的资金,其进入门槛也相当高,经营者需要结合自己的实际做个准确的判断,而不要盲目进入。

最后需要说明的是,便利店是大有可为的,便利店知识的系统学习是必须的,没有便利店知识的系统化就很难有好的经营。传播实用的便利店知识正是本书的目的所在。

编者

2009年1月

第1日 | 基础篇

一、从了解便利店开始	2
什么是便利店	2
便利店发展的基本特点	5
便利店存在的问题和对策	6
便利店的市场发展趋势及前景	8
阿旺锦囊 开发独创性商品与服务， 体现便利店的特色	11
二、便利店经营的条件	12
开店所必需的硬件	12
店主个人能力与素质	15
阿旺锦囊 系统掌握便利店知识是基础	16
三、选择合适的开店方式	17
连锁加盟	17
独立经营	23
阿旺锦囊 如何认识你的加盟总部	26
见证实录：夹缝中求生存，竞争中求发展	27



第2日 | 选址装修篇

一、便利店选址	32
商圈调查与分析	32
店址选择	35
阿旺锦囊 表格化选址,事半功倍	42
二、店铺的装修与设计	43
装修要点	43
店面外观设计	45
店内规划与布局	49
给店铺取个好名字	51
阿旺锦囊 取个好店名,提升便利店形象	53
三、商品陈列	54
商品陈列要求	54
商品陈列的表现方法与技巧	55
阿旺锦囊 营造舒适购物环境,增强顾客购买欲望	59
见证实录:天天开张的油盐店	60

第3日 | 经营篇

一、便利店定位	66
品牌定位	66



顾客群定位与分析	69
商品定位	70
阿旺锦囊 合理配置商品品种,构造最大赢利空间	72
二、商品采购	73
采购原则	73
采购流程	75
采购方式	76
采购定价	79
商品验收	79
采购管理	80
阿旺锦囊 数字管理采购	82
三、商品上架准备工作	84
商品分类	84
商品编码	86
四、广告宣传与推广	88
开业前广告宣传	88
开业后推广促销	90
阿旺锦囊 行之有效的广告推广	96
五、商品销售	97
制订销售计划	97
收集行业信息,关注市场变化	100
阿旺锦囊 围绕目标顾客促销	102
六、促销策略	103
阿旺锦囊 用正确的经营理念来指导促销活动	108
见证实录:小便利店的生意经	109



第4日 | 管理篇

一、员工管理	114
打造便利店合理人员架构	114
店长管理	116
店员绩效考核	121
店员业务素质培训	125
团队建设	129
店员工作守则	133
阿旺锦囊 每天开晨会,提升员工士气	136
二、财务管理	137
收银作业管理	137
门店预算管理	142
门店经营商品毛利率控制	144
阿旺锦囊 利用财务分析辨识法来识别畅销商品	145
三、商品管理	147
库存管理	147
库存盘点	149
阿旺锦囊 杜绝负库存的方法	163
四、客户服务与管理	166
客户服务质量	166
如何处理客户投诉	177
阿旺锦囊 学会诊断服务差距,提升服务质量	179
见证实录:十年甘苦!博士的便利店创业经历	182

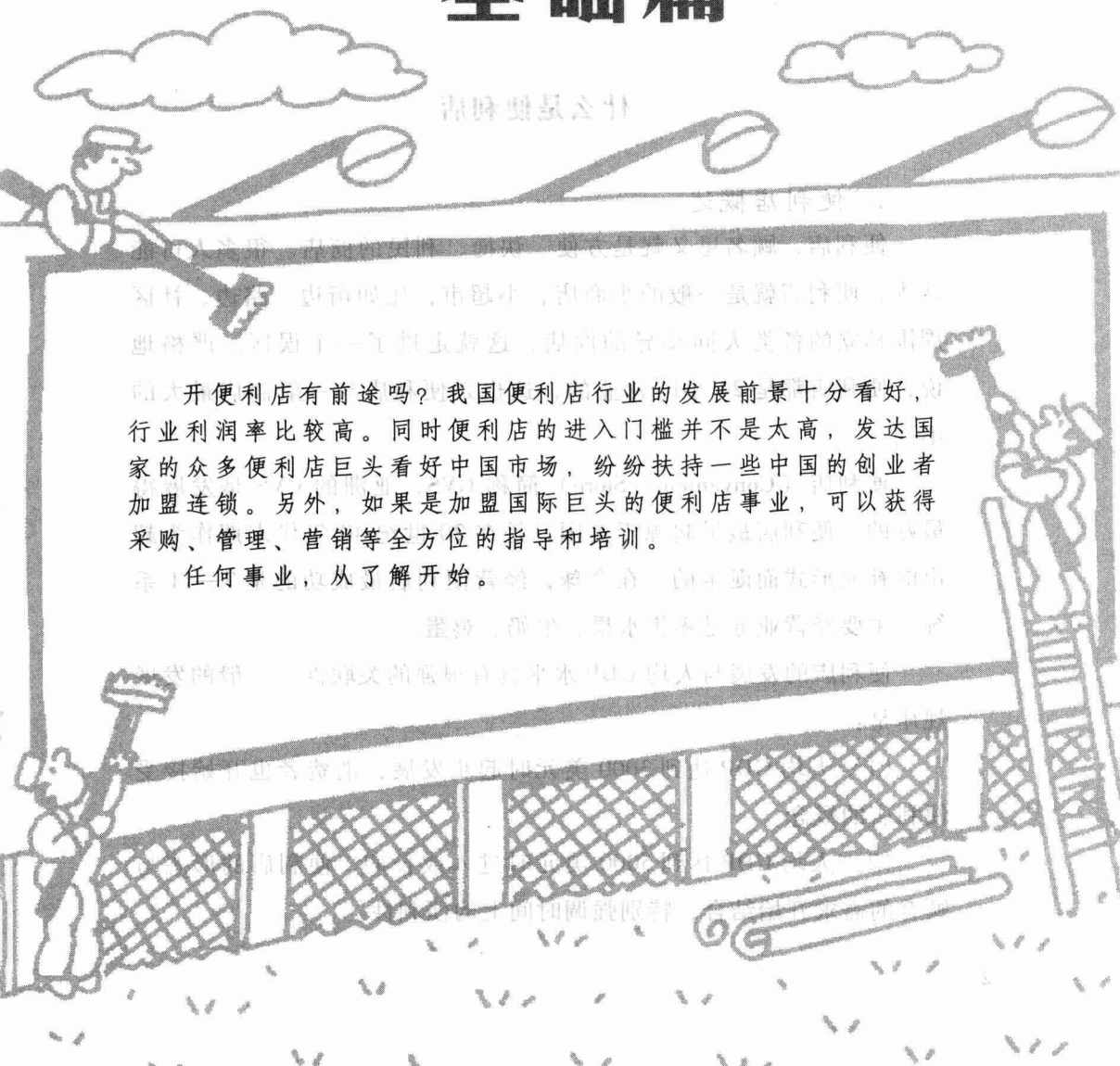


第5日 | 提升篇

一、形象维护与提升	188
塑造便利店形象	188
提高便利店信誉	193
阿旺锦囊 塑造便利店形象“一招鲜”	194
二、连锁扩张是便利店发展的必由之路	195
连锁扩张的三种形式	196
连锁扩张的风险回避	197
连锁企业如何持续扩张——打造服务型总部	198
阿旺锦囊 连锁扩张内在管理“六统一”原则	205
见证实录：“7—11”便利店特许经营	206

第1日

基础篇

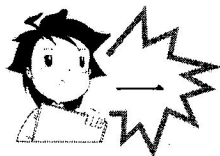


开便利店有前途吗？我国便利店行业的发展前景十分看好，行业利润率比较高。同时便利店的进入门槛并不是太高，发达国家的众多便利店巨头看好中国市场，纷纷扶持一些中国的创业者加盟连锁。另外，如果是加盟国际巨头的便利店事业，可以获得采购、管理、营销等全方位的指导和培训。

任何事业，从了解开始。



便利店
5日通



从了解便利店开始

什么是便利店

1. 便利店概述

便利店，顾名思义就是方便、快捷、利民的商店。很多人可能认为，便利店就是一般的小商店、小超市，比如街边、路边、社区周围林立的各类大同小异的商店，这就走进了一个误区。严格地说，便利店都是 24 小时营业的，这也是便利店与一般商店最大的不同。

便利店（Convenience Store）简称 CVS，亚洲的 CVS 是发展得最好的。便利店最早起源于美国，是在 20 世纪 40 年代末期作为超市的补充形式而诞生的。在全球，经营便利店最成功的是 7—11 系统，主要经营业务是零售水果、牛奶、鸡蛋。

便利店的发展与人均 GDP 水平具有很强的关联性。一般的发展规律是：

（1）人均 GDP 达到 3000 美元时起步发展，消费者也开始接受便利店的概念。

（2）人均 GDP 达到 5000 美元时进入成长期，便利店的形态与顾客的需求开始结合，特别强调时间上的便利性。



(3) 人均 GDP 达到 1 万美元时进入竞争期，同行业竞争加剧，品牌开始整合，经营面强调产品组合的便利性。

(4) 人均 GDP 达到 2 万美元时进入成熟期，品牌进一步集中，出现主导品牌寡头垄断的市场格局，经营面更强调品质，商品更新更快，服务向多元化方向发展。

在中国台湾地区，1978 年 4 月由统一企业集资 1.9 亿元创办了统一超商。1979 年 5 月，14 家统一超级商店同步开业。1980 年 2 月，与美国南方公司合作的第一家 7—11 在台北诞生。

2. 便利店的分类

从世界便利店的发展历程来看，通常被划分为两种类型：传统型（Traditional）和加油站型（Petroleum - Based）。

传统型便利店多位于居民住宅区、学校以及客流量大的繁华地区，营业面积在 50 ~ 150 平方米不等，营业时间为 15 ~ 24 小时，经营品种多为食品、饮料，以即时消费、小容量、应急性为主，80% 的顾客是目的性购买。

加油站型便利店通常指以加油站为主体开设的便利店（如 BP、ESSO），在地域广阔且汽车普及的欧美地区发展较为迅猛，2000 年美国加油站型便利店占行业门店总数的 76.1%。

3. 便利店与超市的区别

便利店不同于超市，也不同于精品店，在社区的一隅、街角，便利店是最贴近生活的商业场所。超市带来了第一波消费观念革命，而无处不在的便利店又带来了第二波的消费观念革命，“Get what you forget”（买到你在超市忘记买的东西）成为美国便利店的营销核心。



便利店发展的基本特点

(1) 以小见大。由 100 平方米左右的路边小店组成的便利店系统有可能成为零售业的第一业态，但是，便利店的基本规模肯定比超市、大卖场、专业店、百货店要大。另一方面，它在发达国家已经不再作为超市的一种补充业态，而是与现代社会消费大众密切相关的一种主导业态。

(2) 大小结合。以大集团为发展背景和以小商户为经营实体相结合是发展便利店的基本模式。国际著名的便利店系统，无论是加盟主还是地区的主导加盟者，几乎都是以大集团为背景的。但是，光靠大集团的支持是不够的，还会存在一些问题，如店铺多而且小，不仅投资庞大，而且管理难度很大，经营也容易缺乏活力。便利店的发展正是大公司的统一运作与小商户的经营资源、经营活力相结合的结果，也就是连锁经营与特许加盟相结合，即大小结合才是便利店的基本组织模式。

(3) 特许经营。便利店发展的基本出路是特许经营，但发展特许经营必须把握有利时机。特许加盟是一把“双刃剑”，在经营体系还不成熟，没有独特的有价值的可传授的经营理念、利润模式和经营技术的情况下，大规模发展特许经营，不仅对加盟者来说是不公平的，而且还很容易反过来杀死自己。

(4) 注重服务。服务是便利店的利润之源。加盟主是一个提供服务的机构，利益的源泉在于服务，不能提供优良服务的系统自然就没有资格发展特许加盟。从表面上看，便利店是一种零售业态，售卖的主要是商品。但实际上，便利店销售的是一种服务，是提供便利和信息的服务。随着消费水平的提高和人们对时间价值的重视，消费者对服务的需求也会越来越强烈。同时便利店经营规模的