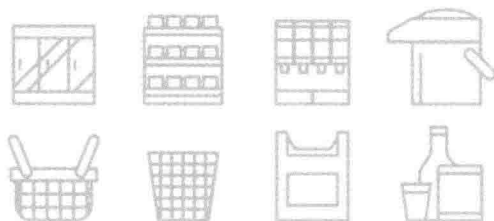


便利店经营 从入门到精通

过自己的日子 / 著



创业小白到单店利润率45%的便利店店长的实操指南



如何**选址**才有更多顾客？如何**装修/摆放商品**可以吸引顾客？

渠道选择如何做到保质保量？如何**线上线下**齐推广？为什么**别人的生意**比自己的好？

帮你一站式解决



中国工信出版集团

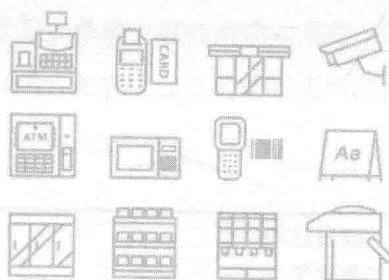


人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

新零售时代个人创业指南

便利店经营 从入门到精通

过自己的日子 / 著



人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (CIP) 数据

便利店经营从入门到精通 / 过自己的日子著. — 北京 : 人民邮电出版社, 2018. 8
(新零售时代个人创业指南)
ISBN 978-7-115-48688-2

I. ①便… II. ①过… III. ①零售商店—商业经营
IV. ①F713.32

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第133637号

内 容 提 要

本书围绕便利店经营的核心内容,全面阐述了便利店从开设到推广的全过程要点,包括类型选择、选址/装修、商品摆放、供货商选择、促销活动、员工管理、宣传推广、盈利模式等,全方位、多角度地向读者展示了便利店经营需要了解并掌握的大部分内容。

本书语言通俗,例证丰富,具有较强的实操性,既是创业者的创业指南,又是便利店店长的营业额提升手册。

◆ 著 过自己的日子

责任编辑 恭竟平

责任印制 马振武

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路 11 号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

大厂聚鑫印刷有限责任公司印刷

◆ 开本: 700×1000 1/16

印张: 14

2018 年 8 月第 1 版

字数: 206 千字

2018 年 8 月河北第 1 次印刷

定价: 59.80 元

读者服务热线: (010)81055296 印装质量热线: (010)81055316

反盗版热线: (010)81055315

广告经营许可证: 京东工商广登字 20170147 号



许多人对便利店应该都很熟悉，但如何开设便利店并使便利店的营业额快速提升却是诸多创业者和从业者的难题。本书从便利店的选址到推广促销，以理论和案例并举的编写方式为便利店的创业者和从业者提供真正实用的战略指导。既快速有效地教会读者如何开设便利店，又让读者掌握便利店运营的诀窍，正是本书要解决的重点问题。

经营顺利的便利店能做到日进斗金，而经营欠佳的便利店只能温饱度日。本书除了介绍如何开设便利店之外，更注重便利店的运营和实战展示，包括便利店的推广与促销、线上线下的互动等。

本书写作的目的就是解决困扰读者的便利店开设和运营问题。书中有大量的案例和方法供大家学习，希望大家在阅读本书后，开设和运营的便利店也能日进斗金，“钱”程似锦，也能让自己的便利店早日成为令众人羡慕的“便利店之王”。

本书内容及体系结构

第1章 精准定位，做“互联网+新零售”经济的引领者

本章首先介绍便利店的类型，然后从创业者本身的资金准备切入，为不同类型的创业者提供不同便利店的开设方法。

第2章 店址、店面、店名，直接决定便利店的“钱”程

本章首先介绍便利店在地址选择上应考虑的5个方面，强调选址与便利店生意的关系，然后介绍店面租赁要注意的问题和店名的选取技巧。

第3章 卖场布局要合理，摆放规划要巧妙

本章从便利店的店内布局 and 商品摆放入手，重点叙述店内布局 and 商品摆



放对方便顾客进店、延长顾客停留时间和激起顾客购买欲望的作用。最后用著名便利连锁店快客的案例,来说明便利店布局与商品摆放在便利店营业中的重要性。

第4章 设施各不同,装修有特色,吸引顾客是重点

各大便利店都利用风格独特的装修吸引顾客,借势打造新颖的销售模式。本章讲解便利店需要具备的店内外设施,重点说明门头设计和制作对便利店运营的重要性,并分别介绍杂货铺便利店、生鲜便利店和快餐便利店的装修特点。

第5章 进货渠道多元化,适应时代新潮流

本章的核心是教会创业者挑选供货渠道和供货商,使自己的利润最大化。如今,多元化的进货渠道让便利店的经营者可以货比三家,找到最适合自己的供货商,从而在保持利润最大化的同时,保证物美价廉的商品能长期吸引消费者购买。

第6章 便利店“触网”,从社区中寻找新卖点

随着网络技术的日益发展,便利店为促进发展而“触网”势在必行。本章介绍如今流行的便利店“触网”方式,为读者提供一个可寻找新卖点的参考方法。

第7章 选人、用人、管人,打造高素质员工队伍

便利店应和其他企业一样严格挑选、聘用员工,打造一支高素质的员工队伍。合理选聘员工能使便利店的营业额快速提升,为便利店的进一步发展带来动力。本章介绍便利店选人、用人、管人中要注意的事项和绩效考核制度的建立。

第8~10章 贴心服务,多路推广,适度促销

这3章以便利店的宣传为切入点,讲解在现代经济社会的大背景下,便利店拓展服务领域、线上线下推广并举、以各种形式开展促销时要注意的问题。第9章介绍的各种推广方式尤为重要。

第11章 便利店盈利新模式,开店赚不停

以开设便利店作为创业项目,创业者最关心的无疑就是盈利问题。本书把便利店盈利新模式放在最后一章介绍,也是希望大家在看完本书后正确运用书中的

知识,不但有能力开设便利店,也有能力把它经营好;不但有能力为顾客提供便利,还有能力盈利;不但有能力养活自己,更有能力为他人提供就业岗位,为社会做贡献。

本书特色

1. 内容实用,详略得当,层层深入指导创业者开店

本书涵盖便利店选址、便利店布局、便利店进货等开设一家便利店所必须掌握的知识。本书注重知识的系统性和可操作性,重点讲述店址的选择和进货渠道的选择,需要大致了解处则蜻蜓点水,一带而过。

2. 行文轻松流畅,以实例引导开店,十分适合初创读者阅读

本书介绍的便利店选址、进货、促销活动、多功能服务等,都从实际案例导入,注重实例场景的带入式讲述,避免读者在学习因缺乏实例而难以理解透彻。在讲解的过程中,采用轻松流畅的语言,力求通俗易懂、贴近实际,让读者感到是在和一位想真心帮助自己成为合格店长的老朋友聊天。

3. 实用性强,对创业者有借鉴意义

本书在介绍如何开设和运营便利店的过程中,用一些经典的案例将知识内容串在一起,使读者在不知不觉中掌握从一个创业小白成长为一个经验丰富的便利店店长所必须了解的知识。本书对每章和每节的内容做了合理划分,让读者能读得懂、学得会,在了解开店细节的同时,掌握便利店运营的概貌。这种章节划分有利于读者学以致用,把书中的知识直接运用到便利店的开设和运营中去。

4. 图文并茂,激发读者的兴趣和智慧

本书用不少图片配合文字,以突出内容特点,避免艰涩难懂的纯理论讲述。这种方式有利于激发学习者的兴趣和智慧,点燃阅读兴趣。

本书读者对象

- 资金不充裕但想创业的朋友。
- 想快速提升便利店营业额的商家店主。
- 互联网电商运营者及初级入门者。
- 便利店的店长。
- 跟便利店有业务关系的经销商。
- 其他对便利店运营感兴趣的朋友。



第1章

精准定位，做“互联网+新零售”经济的引领者

1.1 你想开什么便利店 / 2

1.1.1 自营便利店：经营不局限，投入费用少 / 3

1.1.2 加盟便利店：入门曲线短，少走弯路 / 3

1.1.3 加盟：获得全方位支持+全程保姆式协助 / 4

1.2 你应该卖什么商品 / 5

1.2.1 杂货商品 / 6

1.2.2 速食品 / 7

1.2.3 半成品 / 7

1.2.4 休闲快餐 / 8

1.2.5 服务性商品 / 9

1.3 开店需要哪些投资 / 11

1.3.1 “0元开店”，不可信 / 11

1.3.2 你的资金适合开什么便利店 / 13

1.3.3 如何降低开业初期投资 / 14

1.4 你需要采取哪些经营模式 / 15

1.4.1 线上社交模式：微信+第三方支付+App / 16

1.4.2 线上订单模式：便利店+网上超市+生鲜业务 / 18

1.4.3 线下物流配送模式：送货+包裹代收+家政服务 / 20

1.5 你需要学习哪些成功的 O2O 便利店 / 22

1.5.1 7-11：逐步成为全球第一的成功秘诀 / 22

1.5.2 全家：“互联网”背后藏着三大法宝 / 23

1.5.3 叮当小店：平台 + 模式 + 优秀的用户体验 / 24

第 2 章

店址、店面、店名，直接决定便利店的“钱”程

2.1 选择店址应考虑哪些因素 / 26

2.1.1 人流状况 / 26

2.1.2 商圈状况 / 28

2.1.3 交通状况 / 30

2.1.4 竞争状况 / 31

2.1.5 成本状况 / 31

2.2 租赁店面有哪些注意事项 / 33

2.2.1 巧妙盘店促开张 / 33

2.2.2 店面租赁谈判技巧 / 34

2.2.3 签订店面租赁合同需谨慎 / 35

2.3 让便利店名字成为金字招牌 / 37

2.4 美宜佳：全方位考虑营商环境 / 38

第3章

卖场布局要合理, 摆放规划要巧妙

3.1 便利店店内布局两大原则 / 40

3.1.1 开放易进入 / 40

3.1.2 延长顾客在店购物时间 / 41

3.2 便利店的功能区域划分 / 42

3.2.1 计划购买区 / 43

3.2.2 一般购买区 / 43

3.2.3 冲动购买区 / 44

3.2.4 收银台服务区 / 44

3.3 商品摆放的注意事项和方法 / 44

3.3.1 商品摆放的注意事项 / 45

3.3.2 商品摆放的方法 / 46

3.4 快客: 73 平方米日销破 5 万元 / 48

第4章

设施各不同, 装修有特色, 吸引顾客是重点

4.1 便利店的店内外设施 / 54

4.1.1 货架、收银台与货架布局 / 54

4.1.2 门头的设计与制作 / 55

4.2 杂货铺便利店的装修 / 58

4.2.1 内部设计要力求实用 / 58

4.2.2 喜士多：一家“有情调”的便利店 / 59

4.3 生鲜便利店的装修 / 61

4.3.1 基本照明 + 商品照明 + 装饰照明 / 61

4.3.2 色彩要与商品本身色彩相配合 / 63

4.3.3 通风设备要做好，保证空气通畅 / 64

4.4 快餐便利店的装修 / 65

4.4.1 快餐店设计布置要点 / 65

4.4.2 餐饮生产区域划分要合理 / 67

4.4.3 色彩宜采用暖色系，可促进食欲 / 68

第5章

进货渠道多元化，适应时代新潮流

5.1 供应商直接送货 / 71

5.1.1 找大品牌经销商、分销商 / 72

5.1.2 谈好价、订好货、按时送 / 73

5.2 批发商批量进货 / 74

5.2.1 小商品、水果、蔬菜要自己采购 / 74

5.2.2 货比三家，最好能送货上门 / 75

5.3 专业的采购网进货 / 77

- 5.3.1 阿里巴巴零售通 / 78
- 5.3.2 京东掌柜宝 / 80
- 5.3.3 质量有保障, 避免假货 / 81
- 5.4 商品服务公司一站式进货 / 82
 - 5.4.1 品类齐全, 货源稳定 / 84
 - 5.4.2 便利店小白的福音 / 85
- 5.5 防止货物积压的进货选货技巧 / 86
 - 5.5.1 进货: 遵循 1.5 倍理论 / 86
 - 5.5.2 选货: 必需品 + 普通品 + 特色品 / 87
 - 5.5.3 出货: 坚持先进先出 / 88
- 5.6 自由自在进口商品 / 90

第 6 章

便利店“触网”, 从社区中寻找新卖点

- 6.1 便利店“触网”一触即发 / 93
 - 6.1.1 物流自提只是第一步 / 93
 - 6.1.2 打开社区服务“多扇门” / 95
 - 6.1.3 “网购店送”拓宽新市场 / 96
- 6.2 社区服务中的“新卖点” / 97
 - 6.2.1 便利店 + 物流配送 / 97
 - 6.2.2 便利店 + 快捷餐饮 / 99

6.2.3 便利店 + 家政服务 / 100

6.2.4 便利店 + 金融服务 / 101

6.2.5 便利店 + 实时药店 / 102

6.2.6 便利店 + 娱乐消遣 / 103

6.2.7 便利店 + 数码办公 / 104

6.3 私蜜微便利：新零售模式再升级 / 104

第7章

选人、用人、管人，打造高素质员工队伍

7.1 选人：员工素质高，生意旺 / 108

7.2 用人：人员配置合理 / 110

7.2.1 避免任人唯亲 / 110

7.2.2 压缩人员，实现一岗多能 / 111

7.2.3 用人不疑，疑人不用 / 113

7.2.4 24 小时便利店的最佳人员配置 / 113

7.3 管人：制度化、书面化 / 115

7.4 7-11 便利店员工管理的艺术 / 117

第8章

便民服务要贴心，回头客自然找上门

8.1 拓展服务领域，让便利店更便民 / 122

8.1.1 拓展即食产品 / 124

8.1.2 增加半成品种类 / 127

8.1.3 不只是便利，更注重细节 / 129

8.2 用户体验，唯快不破 / 130

8.2.1 增设配送专员，提高顾客满意度 / 130

8.2.2 社区 001，专注商品配送 / 132

8.2.3 叮当来啦：比男友更贴心，只需 1 元就外送 / 133

8.3 完善售后服务，提高与顾客的和谐度 / 134

8.3.1 店内引入人性化服务 / 134

8.3.2 阳光微笑式售后服务 / 135

8.3.3 建立 CRM 管理机制 / 137

8.4 喜士多：水果组合，让顾客多一种选择 / 138

第9章

提升获客能力，离不开线上线下推广

9.1 线下推广 / 141

9.1.1 公交、地铁、商城海报广告宣传 / 141

9.1.2 移动端支付，分享推广 / 142

9.1.3 社区活动营销推广 / 143

9.1.4 品牌推广宣传 / 145

9.2 门店推广 / 147

9.2.1 二维码线上引流 / 148

9.2.2 门店服务体验 / 148

9.2.3 Wi-Fi 定位服务门店 / 150

9.2.4 门店贴海报广告宣传 / 150

9.2.5 门店加盟复制 / 151

9.3 线上推广 / 152

9.3.1 网络媒体软文宣传 / 152

9.3.2 自有 App 推广 / 154

9.3.3 网盟宣传 / 155

9.3.4 线上活动推广 / 157

9.3.5 优惠券发放领用线下体验 / 157

9.4 自媒体推广 / 159

9.4.1 公众号、服务号宣传 / 160

9.4.2 H5 游戏互动 / 161

9.4.3 朋友圈分享推广 / 163

9.4.4 社群论坛与口碑推广 / 164

9.4.5 微信红包、积分活动推广 / 165

9.4.6 会员管理精准推送活动推广 / 166

9.5 全家：整合营销，营造家的氛围 / 167

第 10 章

火爆生意，促销活动少不了

10.1 定价式促销 / 170

10.1.1 定价目标：促进销售，获取利润 / 171

10.1.2 统一定价促销：厂家直销，全场批发价 / 172

10.1.3 特价式促销：原价 39 元现价 10 元 / 175

10.1.4 满额促销：消费满 99 元减 10 元 / 176

10.2 纪念式促销 / 179

10.2.1 节日促销：全场五折优惠 / 179

10.2.2 会员式促销：积分满 100，可 20 元购买 5 升装食用油
一桶 / 182

10.2.3 纪念日促销：生日期间，凭身份证可免一单 / 183

10.2.4 特定周期促销：每月 1 号，全店九折 / 185

10.3 奖励促销 / 187

10.3.1 抽奖式促销：满 58 元，可抽奖一次 / 188

10.3.2 互动式促销：下载店铺 App，可享八八折优惠 / 190

10.3.3 优惠券促销：现在下单，即送现金券 / 191

10.3.4 最低额促销：只需消费 9.9 元，就可成为会员 / 194

10.4 罗森：买指定商品 +3 元，换购任意口味“脉动”

1 瓶 / 194

第11章

便利店盈利新模式，开店赚不停

11.1 便利店让新零售迎来爆发期 / 197

11.1.1 从加盟产品到推出自有品牌 / 198

11.1.2 从普通便利店到主题便利店 / 200

11.2 便利店八大利润来源 / 201

11.2.1 实体店商品销售获益 / 202

11.2.2 App 商城商品销售获益 / 202

11.2.3 微信商城商品销售获益 / 203

11.2.4 进口商品销售获益 / 204

11.2.5 国内特产商品销售获益 / 205

11.2.6 物流、干洗、家政等商家入驻收益 / 206

11.2.7 旅游、机票、保险等附属商业收益 / 207

11.2.8 广告投放收益 / 208