

再 就 业 工 程 系 列

创业从开店起



李宗润 编著



内蒙古少年儿童出版社

目 录

第一篇 前置作业

第一章 开创企业的前期工作 (3)

- 营业地点的特定选择 (4)
- 企业型态的法律形式 (7)
- 挑选满意的合作伙伴 (11)
- 寻找合适的供货渠道 (21)
- 注重商品的包装设计 (22)
- 学习商品的陈列方式 (24)

第二章 成功的店铺设计 (27)

- 灵活运用店铺的型态 (28)
- 住宅扩建改装的店铺设计 (31)
- 租来的店铺设计 (33)
- 地理环境导致经营成败的行业 (35)
- 店铺设计时所需的设计图 (47)
- 色彩计划 (55)
- 店铺的照明 (61)

第三章 掌握商品的定价策略 (65)

- 价格 (66)

定价应考虑的因素	(67)
定价类型	(70)
定价所应注意的事项	(85)
产品价格管理	(86)

第四章 申请营业执照和开业 (91)

依行业性质申请营业执照	(92)
遵守消防法、基准法的规定	(93)
做好有效的商业宣传	(93)
精心选购器皿	(95)
开幕前最后的检查事项	(97)
重新核对明天的工作程序	(98)

第二篇 大获利篇

第一章 待客之道 (103)

记住顾客称呼的秘诀	(105)
引起共鸣就能创造顾客	(106)
销售气氛是否活泼责任在经理	(107)
手不离商品创造活络气氛	(109)
店员正确应对的知识	(110)
顾客抱怨应由经理出面应对	(112)
掌握具有决定性购物权的人	(114)
富有人情味的销售艺术	(115)
确立促销商品的主题	(116)

经营者满怀理想,职员也会充满热情	(118)
确定目标	(119)
经营者八面玲珑术	(120)
如何善用折价券促销商品	(123)
购买心理与销售过程的分析	(130)
繁忙时应付顾客的七大要诀	(137)
第二章 销售艺术	(147)
心理促销法	(148)
赠物促销法	(149)
抬价销售法	(150)
削价销售法	(151)
上门推销法	(152)
通讯销售法	(153)
赊售推销法	(153)
其他促销法	(155)
特色系列化服务	(156)
“99”不妨玩玩数字游戏	(157)
迎合顾客的“唯我独尊”	(158)
顾客也懂“旱则资舟”	(159)
外貌仅次于品质	(159)
“熟客仔”越多越好	(161)
讲价	(162)
甜头	(163)
连锁利益	(164)

第三章 成功活泼的陈列术 (167)

- 用手摸使商品起死回生..... (168)
- 培养具有变化陈列概念的店员..... (169)
- 向破坏陈列的场所挑战..... (171)
- 经理须注意顾客的移动路线..... (172)
- 检讨是否达到焦点式的陈列..... (174)
- 学习设定吸引顾客的陈列主题..... (176)
- 易看、易选、易买..... (177)
- 创造易于选购的空间..... (179)
- 店方应谅解犹豫不决的顾客..... (180)
- 舒适、愉快的销售空间受重视 (182)
- 所谓丰富感并非指商品繁多..... (183)
- 经理有责任使促销活动活性化..... (185)

第四章 店员的态度与顾客的关系 (187)

- 生意好的商店都很重视店员的态度..... (188)
- 隐藏在销售现场的人性秘密..... (208)
- 结语..... (210)

第五章 平息顾客的愤怒和处理抱怨 (211)

- 平息愤怒的规则..... (212)
- 为平息愤怒所“不可为”的规则..... (216)
- 解决抱怨的 IANA 过程 (222)

第六章 商店内部的管理	(229)
创造朝气蓬勃的商店气氛.....	(230)
商品损失的发现、防止和处理	(233)
商品损失的处理方法.....	(239)
第七章 采购及存货管制	(241)
采购.....	(242)
存货管制.....	(246)
第八章 滞销因由	(251)
视顾客为傻瓜.....	(252)
漠视顾客需求.....	(252)
墨守成规.....	(254)
形象不佳.....	(254)
定价太高.....	(256)
货不对办.....	(256)
过于取巧.....	(258)
营业时间不当.....	(259)

第三篇 大智慧篇

第一章 亲身体验得来的构想才真实	(263)
“顾客至上”乃经商的不二法则.....	(265)
凡事以“存钱”为最大前提.....	(266)

听从年轻人新锐的感觉·····	(267)
一分耕耘一分收获·····	(268)
小店的经营值得借鉴·····	(270)
令人困扰的事情可用来做生意·····	(270)
经商中的自我风格最重要·····	(271)
回转率是小型商店的生命·····	(273)
兴趣是生意成功的关键·····	(274)
要成功就要有不屈不挠的精神·····	(275)

第二章 生意成功人士的素质 ··· (277)

成功人士永远充满自信·····	(278)
做老板必备的能力·····	(278)
看看你自己有没有创造力·····	(280)
成功人士喜欢中度冒险·····	(282)
把生意看作你的情人·····	(282)
喜新厌旧,随机应变·····	(283)
不要嫉妒你的竞争对手·····	(284)
同行不是冤家·····	(285)
生意人的性格误区·····	(287)

第三章 避免一般小本经营者易出的纰漏 ··· (289)

小本经营者易出的纰漏·····	(290)
给小额投资人十四项建议·····	(304)
小额投资的总检讨·····	(321)

第一篇 前置作业

“从零的起步，做到成为亿万富豪，是有可能的。但是，你得牢记一个原则，就是不能中途放弃原有的努力。即使是到了山穷水尽的绝望境界，你也得坚定信心，要继续奋斗下去。”

——和田一夫

第 1 章

开创企业的前期工作

营业地点的特定选择

在考虑地理位置时,产业的导向是占成本很大的部分。在劳动导向中,要找寻劳动力便宜且又多的地方设置,以节省成本。在市场导向中,其出售的东西较具有时效性及新鲜性,就要找最靠近市场的地点且越近越好,如报纸、鲜花、蔬菜,为争取时间,节省运费。在服务与产品只行销于某一地区特别重要时,就要争取最醒目的地点,抢先下手以夺得先机。例如,钓鱼用品店大多设于附近有广大钓场的地方,生意才会蓬勃发展。

营业地点的特定选择

1. 零售商

(1) 小镇:纯朴的民风及热情富人情味是小镇的特色之一,大家都乐意为自己居住的乡镇尽一份心力,为了使属于自己的地方更繁荣进步,当然愿意努力为其小镇企业出一份心力,使得企业能在短期内创下佳绩,建立良好的声望。例如,加油站、一般商品及杂货店、农业特产店、五金店等小型零售店都可做得有声有色,但是,这并非意味着中小企业不能在大城市里生存。例如,中西药店、百货公司、餐饮业也可经营不错。当然,也有些是要有广大的市场、众多的顾客才能生存的,就只有在大城市中会出现,唯有如此,才不会被淘汰。例如,书店、办公用品店、眼镜店等。

(2)商业区:大都市通常有一个以上的购物中心,各个购物中心相隔的距离不一,依其消费量的大小予以划分,彼此不会互相干扰、分享自己的市场,刚刚好能各自分离。同时,随着都市的发展与扩大,商业的数目也随着增加,不但能提供各种物品及设备,且各个层面都顾及到了,充分把整个市场都包含下来,再加上政府的从旁协助而得到更新、重生的机会,就连中型城市的城中区也更加繁荣,一同朝着一流城市迈进。在美国,由于人们纷纷因都市居住品质的腐坏,有能力的人为寻求良好的生活品质,往往向郊区迁移,为适应市场需求,购物中心也于是产生。但是,客人的人数毕竟不能够与城市中的人数相比,营业的特色就改为注重服务品质,由百货、折扣商店、连锁店建造及承受压力,他们较有雄厚的财务及物力决定何种营业类型、调查该处的顾客来源及类型、生意形态,以避免发生重叠效果,有利益分摊而非聚集的事情出现。

(3)付租能力:有些企业的能力高,设在租金高且交通繁忙、人来人往的黄金地段上;有些企业的能力低,设在租金便宜且较偏僻的地区,例如,银行、书店、餐厅付租能力高,而食品店、家俱店要宽广的空间,付租能力低。

(4)租贷条件:固定房租法——房租是固定没有变动的,百分比抽租法——房租是每年依某一种特定的百分比抽取。百分比法指除基本房租外,承租人还要把营业收入某一百分比让房屋出租人分享,因此,基本房租就会比固定房租低。再者,承租人应同出租人商洽房屋所要的修理及维护费用,划分清楚由谁负担,这样大家才会了解该负责什么。第二个是商品款式,便利商店须在顾客人数多及聚集的地方,因此,他们常在城中区购物中心、商业大楼汇集的区域。若所贩卖的是

特别的、专门的产品,位在市中心绩效会更大,当然,最后还是要看顾客类型、营运损益平衡点所交叉显示出的销货金额、顾客愿意接近商店的意愿而定。第三个为与其它企业相隔的距离,有些要远离竞争者才能成功,有些则要越多竞争者越好,例如,小吃店、饮料店、糖果店常与戏院很靠近。理发厅、服饰店、饰品店常相连在一起。家俱店、运货、装潢店相距很近。

2. 批发商

批发商可分为二种,一种为小批发商,大多由老牌的零售商演变而来,藉大量买进的价差再转手他人,获利甚高。因此,批发商及零售商的关系很密切,地点不再是个重要的影响因素,变成在那里都容易生存,甚至可以直接从工厂批发货物。另一种为在城市中的批发商,城市的房租及地价都贵,极少有在黄金店面或在黄金地段的批发店。因此,有的就将批发商联合起来在郊区外寻找离城市不会太远又不会太贵的,卡车运送又很便利的地方设立市场,在这种情况下,对地点的设置就不得不多加考虑。

3. 服务业

现在的社会,已不再是农、工、金融业的天下了,服务业——如同黑马一般,随着生活水平的提升,屡建佳绩,各家竞争激烈,服务的类型也越来越多。例如,企业享有崇高的声誉——工艺、艺术,不管再如何偏远难找,依然能吸引大批的人潮,销售良好。强调为个人特质服务或提供专业性的服务,就

要先打出名号来,方能在开设分店时,依旧让顾客垂顾、喜爱。提供到府上服务性质的行业,即可不必考虑太多易达性、地段好坏等,只要业主喜欢、租金不贵、空间又大,就可以了。

企业型态的法律形式

独资

所谓“独资”,即是一个人创造一种企业组织,独立支撑着全部的负担及压力。虽然,是最简单及最容易建立的企业,相对的,失败的危险性也最高。以投资报酬率来看,企业的总利润即是他个人的总所得,一点都不须与他人分享,投入全部的心力,包揽全公司的业务,一旦失败,也需要负担一切的债务,不是那么轻易办得到的事。

1. 优点

- (1)可拥有全部的企业及利润。
- (2)随时可设立及废止企业,非常容易。
- (3)有可靠的企业资产作保障、享有更高信誉。
- (4)在决策上有无比的自主权,不受限制。
- (5)组织结构简单,管理限制少。
- (6)工作时间自由,使个人获得满足。
- (7)赋税轻,法律一般从宽。
- (8)营运成功之秘诀不易泄露。

2. 缺点

(1)独资者一旦营业失败,负无限清偿责任,一直要等到债务还清后,债权关系才会消除,负担极重。

(2)资金的取得有限。

(3)独资者的能力有限,却要承担企业大小所有的杂事,因此,规模不可能比得上大公司。

(4)企业的寿命有限,完全依靠独资者而定,若其受到意外伤害、经营失败等外部因素影响,一般来说,不能长久延续下去,独资者一旦发生事故,企业就会停止。

合伙

所谓合伙企业,即为志同道合、趣味相投的二人及其以上的人。为着共同的理想目标,组成一种经过大家都同意的企业类型,为了大家将来行事方便且有个合约可遵循,不受任何个人私心的影响,在成立时,由律师拟定一份同意书让合伙人签订,以确保大家公平义务的分担、公平利润的分配、公平权利的使用,内容:

1. 合伙的种类

合伙的种类分为:一般合伙人、有限合伙人、隐匿合伙人、名誉合伙人,其中一般合伙人负无限偿付责任;有限合伙人、隐匿合伙人负有限偿付责任;名誉合伙人不负偿付责任。

2. 优点

- (1)赋税轻,法律有确切的依据。
- (2)随时可设立及废止企业,非常容易。
- (3)资金来源更充足,可多人出资及帮忙。
- (4)合伙人有更多的企业资产提高保障,使人更有信心,享有比独资更高信誉。
- (5)在决策上,可获得有效及有用的建议。
- (6)企业有较多人努力,成长的速度比一般独资要快及顺利。

3. 缺点

- (1)合伙者一旦营业失败,负无限清偿责任,一直要等到债务还清后,债权关系才会消除,负担极重。
- (2)资金虽有二人以上出资,但是,若想再度扩充而需要资金时,仍不能以发行股票来筹措。
- (3)合伙企业的寿命有限,比独资企业长,若其中之一合伙人发生意外,整个事业就面临解散的命运,所以,合伙人数越少越好。
- (4)在决策上,发表的意见太多,无法达成共识,易使行政效率拖累、落后。
- (5)合伙企业的规模比独资企业大,但是,仍有个瓶颈所在,无法如大公司一样,充满发展潜力。

公司

所谓公司,不同独资与合伙这么容易成立,有法定人数,向政府机关申请许可,填写有系统的资料供政府机关参考,政府才会颁发营业执照,公司才能开始营运上班。由此可见,公司是以一种法人的姿态与别家公司往来,所做的任何一切事物、行为都代表公司,不代表个人,即使出资人发生意外事件,也不至于受到涉及。在成立时,要有一些章程、法律条文规定让股东们遵循,将来有纷争时,才能依照法律途径公平解决。

1. 优点

(1)公司具法人资格,一旦破产后,只用公司的财产赔偿,不会波及到股东,使得出资的人也破产,负有限赔偿责任,而非无限。

(2)股东将行政事务交由专业人士管理,不须一人身兼数职,或者太多人决策,意见分歧,反而使进度落后,没有效率。

(3)资金来源充足

(4)公司的寿命无限,不会受出资者的影响而解散或破产。

2. 缺点

(1)公司的建立需花费很多人力及物力,且要通过政府机构及履行法律手续。

(2)赋税繁重,不如独资及合伙。

(3)营运成功之秘诀易传播出去,且要随时准备各类记录