

店铺经营的

10

大秘诀

薛高俊 著

旺

Wang

铺

Pu

一个江浙开店高手的生意真经
一个平民生意人的开店秘史



郑州大学出版社

薛高俊 著

旺

Wang

铺

Pu

店铺经营的 10 大秘诀



郑州大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

旺铺:店铺经营的10大秘诀/薛高俊著. —郑州:郑州大学出版社, 2006.9

ISBN 7-81106-404-9

I. 旺… II. 薛… III. 商店-商业经营-经验
IV. F717

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第116961号

郑州大学出版社出版发行

郑州市大学路40号

出版人:邓世平

全国新华书店经销

河南第二新华印刷厂印制

开本:710 mm × 1 010 mm

印张:15.5

字数:225千字

版次:2006年9月第1版

邮政编码:450052

发行部电话:0371-66966070

1/16

印数:1~5 000

印次:2006年9月第1次印刷

书号:ISBN 7-81106-404-9/F·96 定价:26.00元

本书如有印装质量问题,请向本社调换



策	划	王少卿
		杨莉
		孟巧颖
责任编辑		白金玉
责任校对		王卫疆
封面设计		高云

编者的话

店铺是目前最常见的经营形式,也是大多数人常用的创业形式。大至世界超级巨无霸沃尔玛和家乐福,小至我们家门口无名无姓的油盐小店,无不以店铺的形式存在。可以说,中国的店铺以数百万计。

在这个店铺经营的汪洋大海中,有人得意满,一帆风顺;有人则惨淡经营,丢盔弃甲。我常常感叹,要是有一所“开店进修学校”,给大家一本开店的秘笈该有多好。现在我国店铺的平均寿命竟然不到两年。本书就是想让每一个阅读本书的开店者都能成功。

对每一个开店者来说,有不同的遭遇,不同的感悟,不同的经验,不同的教训。每一个开店者都有一部自己的心灵史。我常常感叹,要是有一个交流平台,让大家来交流开店的心得该有多好。如果您在开店的过程中,有所思、所悟,心情还不错的话请与我联系。E-mail:kaidian16888@126.com. 电话:0514-8124228。

目 录

一	迈好开店第一步	1
二	准确定位 用心经营	23
三	努力开一个名店	43
四	以变应变	63
五	成为与顾客打交道的高手	87
六	诚信方能立店	111
七	精打细算方能积累	137
八	小店铺 大管理	159
九	吃得苦中苦,方为人上人	181
十	居安思变创新 永葆店铺活力	199
结语	旺铺的十大标志	229
后记		236



迈好开店第一步

店铺又名商店。其复兴始于20世纪80年代初改革开放政策出台之后，“开店致富热”盛行于八九十年代，到新世纪交替前后个人开店致富与兴业完全取代公有商店而进入一个新的发展阶段。

在这社会经济发生深刻变化、国民经济空前发展的短短的二十多年时间里，“开店致富热”犹如燎原之火燃遍神州大地，亿万店铺覆盖了城市的每条街道、城镇的大街小巷、农村的每个村落。毋庸置疑，开店致富远离贫困快捷，开店致富比打工强似十倍，开店致富有利于事业更大成功。开店，已成为许多人奔向致富大门的重要通道，甚至是主要途径之一。这就是人们为什么对开店趋之若鹜的根源。于是乎，不管什么人物、不辨什么方向、不分什么类型、不问什么条件地强挤“开店公共汽车”，抢赶“开店致富热潮”。结果：一厢情愿，盲目决策，前脚上马后脚下马的有之；以一得之功，自以为是，浅尝辄止而转让者有之；以一孔之见，以偏概全，“赔了夫人又折兵”者也有之。我的店铺所在地的一排十几家门市房，店铺经营者进进出出，像似走马灯一样，平均租房经营的时间也只是一年左右吧。有资料统计说，我国店铺的平均寿命还不到两年时间，这是可信的，也是



可哀的,更是发人深省的!

令人同情与惋惜的是,在这些为数不少的失误或失利的开店者中,大都是欲想脱贫的下岗者,或是无其他就业门路的弱势者,或是以此见习经营再大展宏图的创业者,他们那点儿千辛万苦、千方百计积蓄与凑齐的启动资金,却在刚起步之时遭到“电击雷劈”,遭遇“霜打雪夺”而无情夭折。有的全部钱财打了水漂,有的因四处举债逃避他乡,甚至人亡家破留下终身遗憾。这分明是隐性的“商河(店铺经营还称不上商海)溺亡事故”。认真研究以科学经营之道保证开店起步“出生率”,避免较高的非自然“死亡率”,已到了势在必行,刻不容缓的时候了。

前事不忘,后事之师。这就首先提出一个开店致富或开店兴业不可逾越的严峻问题:开店第一步怎么迈?朝着什么方向迈?选择什么门类?……一句话,你想开店致富或开店兴业,第一步的经营定位要在市场学、商业经济学等知识的引导下做到有的放矢,准确无误,迈出了第一步,你的店铺便成功了一半。

1. 学一点开店的知识

如果你产生了开店致富或开店兴业的念头,并决定酝酿开店计划之前,最好是急用先学、占有资料再说,虽然这有点“立竿见影”之嫌,但用速成法学习一点相关知识,收集、占有一些相关资料,要比那种“拍脑袋想当然”或“捕风捉影”的做法强得多。

不可否认的是,在欲想开店的人群中有相当一部人经商知识十分贫乏,甚至“白纸一张”。他们有的从小商贩直接一买一卖的简单商品流通模式中推断店铺经营易如反掌;有的从“第一代无甚文化的店主”那里引发“我比他强”的臆想;有的从表面上看待某店铺周而复始的进货销售认为并无什么“奥妙”。正是这种“无知”的认识——不谙小商贩模式并非店铺“较复杂商流模式”,正是这些模糊认识改变了这些人的“钱途”而误入歧途,落得竹篮打水一场空的悲惨下场。

尽管我从部队转业至商业部门工作二十余年,担任商业职工学校校长期间掌握了一定的商业知识,也写作了上百万字的经营管理方面的材料和文章,但是,当1996年下半年职工下岗波涛一浪接一浪,讨要企业拖欠工资与集资款上访人群一拨接一拨的严峻形势下,我居安思危地决意“半下海”(妻子仍在企业非正常上班)开另店铺的时候,并没有以有一定的商业阅历与间接商业经历(长期从事商业局的行政工作)自居而掉以轻心,贸然行动。我一方面因缺乏直接经商经验觉得心里没底,感到即使了解的直接经验也是公有商店模式而非个体店铺模式;另一方面,因缺乏资金(将孩子培养成才后仅剩两万元积蓄和一万多元稿费),缺乏专业技能,缺乏商路资源,不知从何处突破、开办何种类型的店铺比较适合。

从1996年9月中旬到10月1日前的半个月里,我审时度势,掂量自我,先后排除了无专业技能开服务业与饮食业店铺的可能,无雄厚资本与商路开超市的可能,无资金实力跻身黄金地段服装一条街开服饰店的可能,最后将“投向”注意力聚焦于每天上下班经过的紧挨宝应县宁国寺(本县最大的寺庙)的一幢已竣工的兼有门面房的仿古式建筑。这里地处新拓宽的安宜南路,北临人民医院与文化广场,西靠县政府的两家宾馆,南接运河大桥,街道两旁店铺首尾相连,投资商贸前景看好。尤其是正在扩建的寺庙碰撞出市场灵感——何不选择与佛教文化相关联的“福禄寿禧财”传统文化用品的经营?而此时寺庙大门前的几个流动摊点仍十几年一贯制的只售卖两三种土造香烛,无一人勇吃该经营门类的“螃蟹”。我意识到在市场需求和市场空当与矛盾中无疑蕴藏着新的经营生长点。因为哪一家、哪一户不祈福、不贺寿、不求财而购置“福禄寿禧财”传统文化用品呢?

再打听新门面房的租赁情况,每间近30平方米,年租金价位为15000元不算低,也不算高。在我驻足观望期间,这些门面基本已被租户预订了,只剩下从北至南的第7间虽有人咨询,但尚未定下。于是我洽谈了租赁意向。

为了丰富与论证形成的思路,我利用国庆节节假日,带领妻子与女儿



专程赴扬州开展市场调研,专访与“福禄寿禧财”相关工艺品商店。详细考察了每一家图腾瓷器、珠宝饰品、漆器卦件、香烛制品等经营种类各异的专业商店,受益匪浅、视野大开、启迪颇深。有许多产品诸如盒装高级香制品在宝应市场与香客人家难得一见,更不要说造型较好的瓷质佛像、通电的香炉、烛台等鲜为人知的吉庆用品了。然而,这些专业店仅仅经营某一类的商品,而我拟创办的店铺不可能生搬硬套——只办成某一类商品的专业店,而要各取所需,取其之长,为我所用,即融各家所长于我店。因为自己选择的店面地处寺庙,综合经营“福禄寿禧财”传统文化用品,比之扬州的各家专业店多了一大至关重要的地域优势——新兴的商贸圈与寺庙佛教文化产业的结合点。全家在从扬州返回的途中,热烈讨论,各抒己见,就此行达成了投向共识,形成了开店“轮廓”,确定了经营定位。不仅标新立异地实现了创业“开门红”,而且其后的十年经营效果大大出乎最初的意料。

与这种长期钻研商业知识,临阵尚尽量占有资料反复论证进行审慎经营定位的做法相反,有一个我熟悉的只有初中文化水平的青年两年半开“三月店”的故事很耐人寻味。该青年1992年当兵复员后安置在某商场做仓库保管员。1998年下岗正值手机店到处开花之际,他用自己的积蓄并东借西凑,选择一个牌子手机风风火火地开起了手机店铺,因其资金脆弱、品种单调、配套商品太少而于九个月后“关门大吉”。心有不甘的他,很快赶潮流开了一间投资较小的花店,不知是花色品种不如人,还是插花艺术差于同行,店铺仍然是人不敷出,支撑半年时间便草率收场。他屡败屡战,接着又召集下岗在家的兄弟姐妹为帮工开了一家小酒店,又因其菜肴特色欠缺,不善招徕食客,未到门面租赁期限就提前歇业了。最终该青年无奈地拖着一身债务、带着一丝遗憾再次走上为人打工的道路,黯然地只是为工资而奔命。

造成该青年开店起步阶段的一波三折,可以剖析出多种多样的原因,但有一点是十分清楚的,这就是经商基础知识的贫乏,不同门类店铺商情的缺乏,创业决策者仿佛成为“墙头草”,“市场热风”吹向哪边,它就倒向

哪边,用这种“随风飘”的态度与方法进行经营定位,开店起步哪有不“卡壳”的道理?

欲想开店者务必切记,审慎经营定位,确保一炮打响,是店铺科学经营之道的第一步。而“急用先学,占有资料”则是审慎经营定位的前提条件,只有具备经商基本知识与占有市场商情的结合思考,深思熟虑,层层筛选,创业起步的经营定位才能不偏向、不“走题”、不失误,迈出了“开门红”的起步,也就迈出了立业发展的起步。

2. 想一想:开一个适合自己的店

在运用商业学等基本知识结合市场商情进行审慎经营定位的过程中,自然而然地会碰到这样一个问题——哪一种门类的店铺,或什么地段、什么情势最适合你开店起步创业?

在我经营店铺的十年中接触过很多靠科学经营之道起步发家的成功人士。其中一位陶都宜兴的赵姓年轻女老板较为典型。1985年高中毕业待业在家的她获悉市区北部将开发大型陶瓷市场的信息,仅靠80元资金与一双手,先在田头地边租用一小块地盘搭起简易棚,开起小吃店,从前期市场的建设者那里赚取一碗面、一个馒头、一份快餐的薄利。小有积累后在基本成形的大路边摆起了陶瓷品地摊,继而进军陶瓷市场正规店铺。她在市场经济孕育之初的10年间完成了200多万元的资本原始积累,之后又凭借实力向陶瓷建材规模滚动发展。

这个典型给人启发之处颇多,重要的一条是,该主人翁起步开店时选对了机遇——陶瓷市场建设前期;选对了分寸——可利用资金甚微,可利用人力资源(勤劳双手)较强;选对了门类——先开以手工劳动为主的小吃店起步,再开以钱生钱为主的商流型陶瓷店。归根到底,她在结合自身实际进行审慎经营定位的时候,扬了“智商”之长、勤奋之长、地域与时势之长,避了资金贫乏之短、经验不足之短,跟“风”赶“热”之短,因而开店起步成功是情理之中的事情。



每个人在根据商业基本知识或常识与自身实际相结合选择经营门类的过程中,都应全面地分析自己的优势与弱势,也就是自身拥有的可利用的资源,切忌用自己的短处去选择不相称的经营门类。你可扬年轻勤奋之长,克无资金之短,开办一家无需好门面的煤球店,以送煤出卖体力为主,有所获再进军较高层次的店铺;你可扬一技之长,克无商业流通经验之短,开办一家干洗店或咖啡店或美容店,成功率肯定会很高;你可扬商路较广之长,克专业技能之短,开办一家远销近销“土、特、优、新”产品的店铺,利用地区差价明显的优势,准会一炮打响。我已在前面谈到开店起步的运作,既无某种手艺的专业技能,又无充沛的精力(年届中年,且正常上班),更无较多的财力,拥有的最大资源优势是“知本”,即有一定的商业知识与经验,善于有所发现、有所创造,勇于做“万人所想,但笔下所无”的文章,抓住紧靠寺庙新门面出租机遇,构思与寺庙有联系的店铺经营,捷足先登地开办了本县首家“福禄寿禧财”传统文化用品专卖店。“知本”转化的神奇创造力,不仅使店铺开业异常成功,一个黄金旺季收回了一年门面租金成本,而且为后来的长足长效发展注入了巨大的生产力(经营力)。

所以,谁在开店起步时对自身的资源优势剖析得越清、发掘得越深、发挥得越好,谁的经营定位就越准,成功率就越大。克服劣势的办法越多,避免劣势的影响越小,谁的店铺就越易于“出生”,越益于成长。

3. 构思自己的开店计划

对开店起步进行审慎的经营定位,是一种用科学态度与方法以求定位准确的做法,既不能盲目从事、马虎了事,也不能谨小慎微、妄自菲薄、徘徊不前。审慎经营定位,既需要“审”出贴近实际的可行性,即大概以几分把握上马开店,又需要“审”出优势与亮点,以自信推动“可行性”定位,用激情实现“可行性”定位。

开店创业的第一步确实很难迈!且不要说众多开店者在酝酿“开店计划”时的各种思想斗争,就说“条件尚好”的我面临这一步心境也很复杂

微妙、忐忑不安、犹豫不决。除了要有勇气与“官本位”的传统思想决裂、甩掉干部的“架子”，抹掉知识分子的“面子”，心里还存在三大疑虑，即：“天赋性”机会成本疑虑——欲想多得一份利禄功名，就得少一份轻松悠闲。即使兼职并招雇员开店，意味着班后的全部休息时间都得用于店铺经营，将要宣告近30年按部就班的生活的结束，投入店铺艰苦创业值不值？能否经受紧张工作节奏的考验？开店风险疑虑——全部积蓄仅二三万元，预交一年的门面房租金就花去15000元，还得从其他渠道借用2万元，即使是3万多元用作流动资金也显得紧巴巴的。而且并没有百分之百的把握保证店铺成功、本钱增值。一旦有什么闪失，虽称不上“生死攸关”，但也关乎自身的人生走向与生活质量，这个“风险”敢不敢闯？无实践经验疑虑——仅在商业部门长期从事文字工作，只间接触摸过公有企业的经商经验，缺乏直接操作个体店铺的实践经验，自身具备开店创业的能力吗？……在那一段进行决策的期间，“三大疑虑”使思绪像一团麻“剪不断，理还乱”，可谓是反复盘算、反复权衡。

忆往昔，我最值得自豪与自慰的是当兵10年间不仅在苦难中走上了文字工作道路，入党提干，而且形成了发愤图强的人生观和价值观；在后来近20年的商业工作中读书不畏难，苦战硬闯关，通过了3年的高等教育自学考试，增强了认识事物与把握事物基本规律的能力，工作更加得心应手，如鱼得水，成绩斐然。可见功名利禄，成就事业需要比普通人付出更多的勤劳与辛苦，需要用那喝咖啡的时间去交换！兼职开店致富，自然要多一点辛劳。而比之挑灯夜战的写作与自修大学的苦读，这一点辛劳又算得了什么？

至于开店的投资风险，这是客观存在的，即使天上掉下的馅饼到嘴也有可能噎死人。既然是“小商小河”，就必然有风有浪。我孩提时代跟随父辈搞水上运输穿行于大风大浪之中，多次感受过劈波斩浪驶向彼岸的惊险与喜悦。关键在于以驾舟的技艺与勇气化解风浪、战胜风浪的能力。何况投资店铺的成功概率还是较大的呢？即便“冒险”失利也是值得的。记得美国前总统尼克松说过“失败固然令人悲哀。然而，最大的悲哀是在



生命的征途中既没有胜利,也没有失败。”勇敢地在“风险”上迈出一步,摆脱清贫才有希望;而畏惧风险,望“险”止步,将永远在“越贫越怕、越怕越贫”的怪圈中等待生命无为地消耗殆尽。

再说无实践经验之虑。“实践经验”不就是干出来的?在干的过程中逐步成熟,臻于完善,是一切成功人士的必由之路。多年商业工作接触的“间接经验”,也是从“实践经验”中得出来的,我“拿来”运用于新的实践,正是高人一筹之处。况且我又具备将其归纳与演绎的智慧更是开店创业最宝贵的“资本原始积累”。这种“知本”转化的“生产力”是开店创业最强大、最长远的实力,是得天独厚的优势,是出奇制胜的法宝。

“三大疑虑”一扫而空,我顿感信心百倍、勇气十足,由此迸发的创业情愫和激情,将什么困难都踩在脚下,以一往无前的战斗姿态朝着起步开店的目标进发,以全神贯注的状态思考着开店创业的每一个细节。那种对开店深感兴趣的情形,使自己会在走路、上班或剪头洗澡时都对它念念不忘。这自然演变的激情,还使自己为它废寝忘食,在睡觉时想起一个主意,都会跳起来。这时候似乎不是为了成功而工作,而是为了“享受”而工作了。那释放出来的潜力像涌泉般强劲。赴扬州进行市场考察后,又趁热打铁地接着走访居士家庭,调查涉及“福禄寿禧财”用品的香案设置,香烛的消费品种及用量,根据线索分别了解了本地香厂等加工点的生产销售情况;综合各方面占有资料测算出投入产出的明细表,脑中存入了开店“一本账”;预交了门面房租金,立即编制出如何进货、如何进行门面装潢、如何安排店堂布局的操作性工作计划,不仅使店铺经营定位的实质性阶段工作在几天内一气呵成,而且一旦启动“运筹”机制,富有创意的思想火花不断闪现,原先想不到的商路、社会关系等资源不断被发现,为店铺成功开张奠定了基础。

假设在审慎经营定位的实质性阶段,为某些风险所吓倒,为某些困难所压倒,为某些疑虑所犹豫不前,既不可能抓住稍纵即逝的机遇,又不可能点燃创业激情。而没有激情就无法兴奋、无法进入状态,就不可能全心全意投入工作,不可能创造性地解决工作中的难题,更不可能有创业的力

量和勇气,审慎经营定位变成了胆小谨慎不前,开店致富或开店兴业的渴望,将永远止步于“纸上画饼”的充饥!

4. 审慎定位 创出特色

审慎经营定位,确保起步成功的要素众多,但决定其生命力的是张扬店铺之个性,创出店铺的经营特色乃至品牌。有的店铺开张后生意尚可,略有盈利;有的店铺投入正常营运、销售稳中有升,获利强于打工者;有的店铺不仅“上马封侯”,而且奇招频出、业务攀升,超常发展。应该说,这“低、中、高”三种类型的店铺起步时的经营定位都不能不是成功的,而经营效果呢,则截然不同。这就是个性不同使然,这就是由“特色经营”所决定的。

我店铺的隔壁一间门面,首家租赁经营的是烟酒店,其店主是房东的两个子女。她们的起步开店具有三个优势:一是因系“内部人员”,门面租金较其他租用者少至5000元,其经营成本一开始就比较低,意味着拥有先天性竞争优势;二是协助策划的是有丰富经商经验的“老资格工商业者”;三是还有一定的销路资源——房东时常的烟酒茶等商品的团体消费。然而,烟酒店借助这些资源选择经营定位并“成功开业”后,坚持了近两年的时间,仍未走多远而悄然歇业。

你说这家烟酒店的经营定位不对路吗?你说它的经营偏离市场了吗?你说它的经营管理乏术吗?……可能是,也可能不是。但有一点可以肯定:其定位没有走出“千孔一面”的雷同范围,没有诸如新的业态、新的营销方式等充满生机的、具有潜质的亮点,更没有独具特色的经营个性,如果不是一些先天性资源的支撑,也许会在更短的时间内夭折。

与这种貌似经营定位准确的例子相反,有一个叫刘会年的青年人选择定位开店可谓棋高一筹。他只身闯入上海大市场,先花好几天时间耐心观察上海人吃早点的习惯,发现小店铺也好,大店铺也好,各式早点生意都较火红。他并没有急于下结论,而是进一步深入了解上海人早餐的



最大偏爱是什么？当得知上海人喜欢富有汤渍美味之口感后，立即瞄准了一个不为众人注意的空当——大店铺机械化制作难达“好口感标准”，小吃店有好口感但卫生条件不过关。他便从这个空挡入手给自己的包子店铺进行经营定位。他经过一番周密地盘算与筹划，租赁门面，招聘店员、研制产品。睿智且细心的他在研制产品的过程中，又探明包子肉馅因其原料质地不同或刀工不同而具有不同口感的区别，为此不惜以较高的成本从安徽老家购进以传统饲料喂养的生猪，制作时不管是肉馅，还是其他菜馅，一律用人工持刀操作，做出的包子终于达到“色、香、汁、味”俱佳的要求，很快成为早点业界技压群芳、销售特旺、脱颖而出的一颗新星，创业当年净赚利润60万元。为了做大特色包子的“蛋糕”，他不仅用“巴比公司”做品牌，而且围绕品牌制定国际化的生产、营销等管理标准与体系，并发展加盟店，推行品牌包子规模经营，从此一发不可收。当他有一次看到日本人也等候在购买“巴比包子”的长队时，又萌发了将“巴比包子”打入日本市场的更大计划……

“巴比包子”店铺的例子太具典型意义了，其经营定位的高明之处至少有三点：一是“钻空子”——选择具有市场深度的空当作为经营定位的切入点，特殊的经营空间必然需要有特色的产品去充填，这就从根本上决定其经营“独一无二”的竞争品质；二是高起点——不是“一般见识”地开一般化的早餐店，而是站得高看得远地开发具有消费趋势（讲求生活质量的早点美味），畅销前景的店铺经营；三是创品牌——通过突出个性的经营特色，过渡于品牌化经营，以确保任何激烈竞争的情势下占有一席之地，立于不败之地。

由此可以这样认为，开店起步的经营定位好比射击打靶，打了八环或九环与打了十环的虽然都可称为命中“经营定位”之靶了，但是打出十环的“定位效果”其含金量肯定要高于八、九环。经营定位越准，个性张扬越强，开业成功率越大，市场前景越好。愿开店者努力打出“十环”，各种类型店铺“十环”者越多，店铺素质就越高，提供给社会的服务就越好，这是店主、顾客、社会所共同追求的。

5. 做好开业准备

开店者大都是底子薄、资本少的弱势者,且又是租赁的门面房,当其确定经营门类后,往往迫不及待地抢时间、忙开张、争速度;或是抱着这样一种心态——先开业上马,然后再慢慢调整;或是存有侥幸的心理,盼望揭开店铺面纱以窥其赚钱的奥秘。有的接受别人转让的店面三四天功夫就摇身一变为某某服装或某某鞋帽之类的店铺。就像一个参加考试的粗枝大叶的小学生,不问试题做对与否,做完与否,急于交卷了事,因而很难得到高分。

谁都应该懂得,小学生考试的粗心大意可以通过老师的教导会逐步改正自己的毛病,在往后的考试中取得高分成绩。而如果你计划开店经过调研论证、分析筛选、确定定位等几个务虚阶段再进入实施阶段时操作不到位“大意失荆州”,可能就没有挽回“失招”的机会了。因此,对于“审慎经营定位”的开业前的组织工作,同样要用审慎的态度围绕定位主题细化货源的购进、售价的制定、商品的陈列等直接性经营操作,还要深化店铺包装、设施摆布、氛围营造等间接性经营操作。这一段落的“文章”做好了、点题了,并产生开业轰动效应了,才算是经营定位“整篇作文”获得了高分。

我当年以 15000 元租金取得门面房这把意味着启开致富之门、通向创业之路的钥匙,从“三个方面”、“五节流程”将深邃的经营定位以细腻的表现手法付诸实施,操作到位。

第一方面——创建品牌与制造舆论。主要工作有起店名、广告制作、舆论宣传以及借用柜台、联系进货车辆等。这项工作当仁不让地由我本人负责。先说起店名吧,至少花了两个昼夜的时间翻阅资料冥思苦想,我是这样思忖的:这店名不仅需要形式与内容的统一,而且需要贴近实际而又标新立异。本店的经营内容为“福祿寿禧财”传统文用品,也可以用“吉祥”二字来高度概括,它显然合拍了改革开放之瑞气、人民发财致富之愿