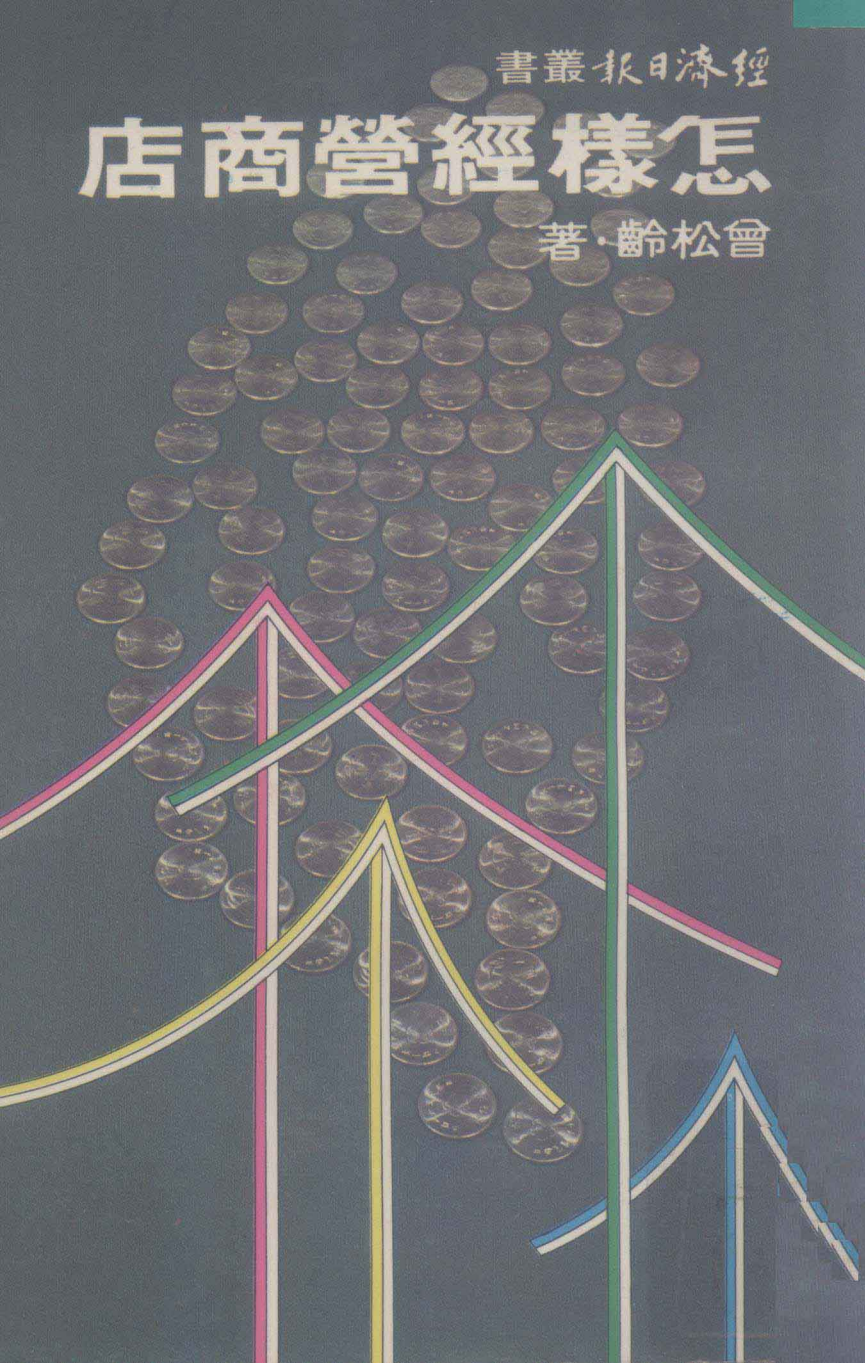


書叢報日濟經

店商營經樣怎

著·齡松曾



經濟日報叢書

怎樣經營商店

曾松齡・著



經濟日報叢書

怎樣經營商店

著者 曾松

繪圖者 吳達

發行人 王必

出版者 經濟日報

新聞局登記證局版臺報字〇〇二七號

總經銷 聯經出版事業公司

臺北市忠孝東路四段五五五號

郵政劃撥帳戶一〇〇五五九號

電話：七〇七四一五一

印刷者 永裕印刷廠

定價：新台幣八十五元

中華民國六十七年十一月初版

中華民國七十年六月第四次印行

印翻禁・權版有

林序

曾松齡先生，是一位傑出的企業管理專家，現任新力、味全、台隆、台灣美吾髮、台泥等二十餘家公司的顧問及講師，對於時代工商業的經營與管理，具有高深的造詣。每年數次出國觀摩研修，吸取不少工商業先進國家的新知，貢獻於本國工商界，服務利他精神，令人敬佩。

近期以前，曾就商店經營為主題，將指導及研究心得，在經濟日報逐期發表，頗獲各方好評，頃擬搜集該項文字約近百篇，印製單行本，以饗社會。觀其內容博洽，列論精到，充份洞悉目前商場結構與經營特質，以其清超智慧，探討入微，設計週備；對於

時代商業觀念的建立以及新科技的應用，闡發尤多。實屬篇篇精巧，章章實用，誠可作爲工商界寶貴參考，亦乃研究企管學科者的優良讀物，茲值付梓，爰弁數言。

林 洋 港

民國六十七年十月

張序

產業革命以後，生產力突飛猛進，工業產品在數量上、質量上、種類上，無不一日千里，蓬勃發展，更由於機械之普遍應用於農業與礦冶，天然富源，復大量開發，人類生活上衣食住行育樂所需之物資，日益繁富。這些物資產品，必須經由貿易商、批發商以及零售商之手，才能由生產者轉到消費者。因此，隨着產業和交通運輸的發達，商業亦日趨繁盛，成爲經濟發展的重要支柱。

在自由經濟制度下，工商業發達的結果，必然導致劇烈的競爭，市場的活動，頭緒紛繁，迥非昔日單純之買賣行業可比，在此複雜的環境中，從事商業經營的人士，不但

要有現代經營知識，諸如市場需求、購買能力、顧客心理、社會時尚、同業競爭、法令規章等等，同時還須具備研究創新的精神和觀念，才能與時俱進，不會受到淘汰。

今日我國經濟發展，可說已臻於開發國家之林。工業產品，頗能在國際市場上與人爭一日之短長，但商業的經營管理，率皆墨守成規，較之各經濟大國或進步地區，似尚瞠乎其後。一般商店，猶正在提倡「標價運動」、「不二價運動」、「禮貌運動」階段。未免過於落伍，和經濟的發展，實在不能配合。

曾君松齡專攻企業管理，學驗俱優，有志於振興我國實業，近日就其研究及考察心得，以「怎樣經營商店」為題，撰述經營實例百餘篇，各成單元，連續在經濟日報發表。其所提各項方案與原則，見解新穎，平實可行，實為商店經營者最佳之參考文獻。茲承告集印成冊，行將問世，囑為之序。余以此書刊行，必將有助於經濟之發展與社會之繁榮，故欣然略抒管見，以就正於賢達。

張研田序於臺北

中華民國六十七年十月二十日

陳序

由於政府積極輔導、支持與獎勵工商界，近年來我國經濟成長快速，外銷創新紀錄，工業產品日益精進，乃促進國內商場競爭激烈。對於如何有效經營商業、降低成本、創造合理利潤、刺激消費市場、商店如何科學管理、推銷業務、促銷活動、櫥窗展示、經營方法等重要課題，目前國內尚鮮專書詳予論列。

曾松齡先生研究有年，係國內知名之經營管理專家，除多年來擔任新力公司顧問外，並自組有傑企業管理顧問公司，服務社會，指點迷津，受益公司頗多。更經常出國訪問、觀察、鑽研、吸取新知，融會以往對本公司之輔導經驗，利用餘暇，撰寫中外商

店經營實例結晶一百多篇，都十餘萬言，經報刊連載，讀者甚衆，頃應社會需要，由聯經出版公司出刊單行本，預定於今年十月卅一日，總統蔣公誕辰之日發行，俾供國內商業先進賢達便予參考，以及設有工商、企管科系學校作爲輔助教材之用。

經邀先讀爲快，得悉『怎樣經營商店』內容不但有深入淺出之探討，而且介紹商場情況與經營管理方針剖析甚詳，誠屬彌足珍貴之經營參考資料，茲當付梓前夕，余樂爲之序。

陳茂榜

民國六十七年十月十日

目錄

林洋港序

張研田序

陳茂榜序

願每家商店大發利市

開店須求利潤

勿作盲目擴充

要動賺錢的腦筋·····	一〇
坦誠必能獲得回報·····	三
要有計劃與目標·····	六
衆智獨裁經營·····	九
老板也應採薪水制·····	三
七分算盤·三分氣魄·····	三
要研訂工作規範·····	六
創造顧客的需要·····	三
重視回轉較快商品·····	三
地段榮枯須求變·····	三
瞭解商圈內消費水準·····	四
塑造出自己的特性·····	四
重視店員的儀容·····	四
銷售日計表是營業指針·····	四

消除淡季的影響·····	三
照明設計須講究·····	五
對準焦距——掌握顧客需求·····	六
舉一反三——銷售相關產品·····	六
把握營業時間的高低潮·····	六
八項商店裝設要點·····	七
外態可塑造商店個性·····	七
商品擺設宜有其道·····	七
知己知彼·取長補短·····	七
傳送宣傳單有小技巧·····	七
商品定價有計算公式·····	八
三快經營——暢流營運資金·····	八
退貨本身也是一種損失·····	八
主力商品的五個條件·····	九

製訂適當購銷計劃·····	九四
選定主力供應商進貨·····	九七
訂定合適的「不二價」·····	一〇〇
重視標價的數字排列·····	一〇三
不宜賤賣亦不可賤買·····	一〇六
不接受供應商的招待·····	一〇九
付款時不宜拖泥帶水·····	一二三
買投機商品·因小失大·····	一二五
勿趕時髦玩「票」·····	一二八
拒絕「塞貨」式推銷·····	一三三
紀律問題——在職訓練·····	一三四
分析顧客抱怨與缺貨的原因·····	一二七
訂定最低庫存量·····	一三〇
作計劃性的商品盤點·····	一三三

建立商品管理制度·····	一三六
錄用店員五項標準·····	一三九
店員訓練也很重要·····	一四三
購買心理七大階段·····	一四九
店員的基本姿態與用語·····	一八四
不要使顧客有壓迫感·····	一五二
接待顧客先後有序·····	一五四
買賣不成不應抱怨·····	一五七
給予顧客充分的滿足感·····	一六〇
與顧客建立情感·····	一六三
給予顧客信用的原則·····	一六六
貨物出門應欣然接受退換·····	一六九
包裝是促銷的利器·····	一七三
送貨到家的成本降低法·····	一七五

低潮時間採「蜜蜂作戰」法·····	一六
電話服務對業務的重要·····	一八一
誠心誠意對待顧客·····	一八四
自助商店將成爲主流·····	一八七
低待遇·低效率·低收益·····	一九〇
休假制度是必要的·····	一九三
店員貸款辦法應予明定·····	一九六
發放薪金應有固定日期·····	一九九
給予員工真正的關懷·····	二〇三
注重店員福利·····	二〇五
藉旅遊活動提高員工士氣·····	二〇八
防止員工被挖角的做法·····	二一一
老板本身要有新觀念·····	二一四
歡迎離職店員回頭·····	二一七

店員欲離職・不要強留·····	三〇
讓店員發表意見·····	三三
適時服務・最受歡迎·····	三六
促銷・先從近鄰做起·····	三九
鼓勵員工動腦筋·····	三三
由小看大——勿疏忽小地方·····	三五
互相觀摩・自我考核·····	三八
利用「重裝備」拉攏顧客·····	四一
鼓勵員工往在工作地點附近·····	四四
讓店員先了解產品的特性及用法·····	四七
鼓舞士氣・讓店員參與經營·····	五〇
重視店員的健康和情緒·····	五三
充分瞭解店員・彼此加強溝通·····	五六
運用圖表・鼓勵促銷·····	五九

注重店員儀容以利促銷·····	二六三
多用產品說明書促銷·····	二六五
莫讓汗酸味轟走顧客·····	二六六
目標相同·店員自會久留·····	二七一
重視店員到差的三天、三月、三年·····	二七四
利益共享·激發店員敬業精神·····	二七七
老板要了解營業收支情形·····	二八〇
利用各種分析資料促銷·····	二八三
經營·應運用目標管理圖表·····	二八六
多和金融機構打交道·····	二八九
節流——降低經營成本·····	二九三
重視商品廻轉率和庫存期限·····	二九五
重視利益經營觀念·····	二九六
「損益平衡點」須防紅燈·····	三〇二