

经营店铺必读
开店生意诀窍

生动实用的开店谋划点子
脱胎换骨的开店生意理念
出奇制胜的开店经营战术
极富创意的开店营销高招
别具一格的开店引客诀窍



开店必读



汪敬东 著

▶▶| 最通俗的经商创业读物
小本经营之范本
创建独具特色的个性店
打造顾客盈门生意兴隆的旺铺

中国人口出版社

开店必读

KAIDIANBIDU

最通俗的经商创业读物

汪敬东 著 ○

中国人口出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

开店必读/汪敬东著. —北京: 中国人口出版社,
2006. 5

ISBN 7-80202-210-X

I. 开… II. 汪… III. 商店—商业经营
IV. F717

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第028732号

开店必读

汪敬东 著

出版发行	中国人口出版社
印 刷	四川省南方印务有限公司
开 本	787×1092 1/16
印 张	23.5 插页 3
字 数	400 千字
版 次	2006年5月第1版
印 次	2006年5月第1次印刷
印 数	1~1 000册
书 号	ISBN 7-80202-210-X/C·282
定 价	33.80元

社 长	陶庆军
电子信箱	chinapphouse@163.net
电 话	(010)83519390
传 真	(010)83519401
地 址	北京市宣武区广安门南街80号中加大厦
邮政编码	100054

版权所有 侵权必究 质量问题 随时退换

作者简介 | ZUOZHE JIANJIE

汪敬东 1968年出生，1992年在一家专业经济类杂志和一家经济广播电台同时兼采编记者；1993~1994年在某企业管理公司担任经理；1995年辞职下海。现任一家实业公司总经理，曾成功策划了十多起在国内有影响的商业活动。

无论做哪行，首先在于经营理念，观念决定行动，行动决定成败。

其次，做事业也需要一种精神：

1. 敢想敢做
2. 不找任何借口
3. 以100%力量争取1%的机会
4. 永不言败
5. 必胜的信念

经 商 理 财 金 法 则

- 生意要勤紧，懒惰则百废。
- 接纳要温和，躁暴则交易少。
- 议价要订明，含糊则争执多。
- 账目要稽查，懒怠则资本低。
- 货物要整理，散漫则必废残。
- 出纳要谨慎，大意则错漏多。
- 期限要约定，延迟则信用失。
- 临时要责任，放弃则受害大。
- 用度要节俭，奢侈则用途竭。
- 买卖要随时，挨延则机宜失。
- 赊欠要识人，滥出则血本亏。
- 优劣要分清，苟且则必糊涂。
- 用人要方正，诡譎则受其累。
- 货物要面验，滥收则售价低。
- 钱财要清楚，糊涂则弊端生。
- 主心要镇定，妄作则误事多。

老板是怎样炼成的

提起立志，人们往往想到做学问，而一提到立志经商，人们往往不屑一顾，这实在是一种偏见，主要是因为人们受传统思想束缚太深的缘故。

相信每个人都希望拥有自己的事业，让自己在一个自由自在的天地一展所长。在社会上想经营小本生意的人中：

有些人是希望独当一面，独立干自己的事业；有些人已届退休年龄，想为自己铺一条退路；有些人则为对自己眼前的工作感到不满而想改行，另起炉灶；有些人则因走头无路，不得不作点小生意暂时栖身。有的人认为创业有一定难度，未必一下子就可以成功；有的人则怀疑自己的能力，于是宁愿稳扎稳打地做“打工仔”，自怨自艾一辈子；有的人则是不愿受人束缚，或已厌倦打工生活，希望向自己的能力挑战。

你或许做过一些生意，或许经营过不少行业，或许现在正抱着“铁饭碗”犹豫不决，或许因被海水打湿了脚而又重新退回岸上，但全未成功。

付出的心血没有获得回报，虽然不幸，但起码自己已经尽力了。但是，如果中途放弃的话，那就表示自己承认失败了。

你是否总结过你做小生意为什么失败，是否想过失败后再接再厉，或者你真的干过不少的行业，甚至也开过店，却亏了，但这一切不过是随风而逝。见什么做什么，算不得什么恒心，更和顽强的毅力无关！

你不是天天在走路吗？为什么不能成为竞走冠军？那是因为你没有立志在走路方面走得出色，正如你在不同行业中每天做的都一样，只不过是随随便便去赚钱，并未认真考虑过哪些行业才是发财之道，怎样坚持下去才能成功。

真正的立志发大财，只要定下了方向，一步接一步去做，绝不放过任何机会，绝少不了其他人的帮助。在大方向下，绝不怕小牺牲，废掉旁门左道，一心一意去做为实现你的目标所要做的事。

市场是一片汪洋大海，到处都充满着诱惑，却又到处充满惊涛骇浪和险滩。如果你碰到风险就回避，遇到挫折就躲闪，遇到困难就退让，那你永远



不会成功。要立志经商发财，就必须目标明确，要有不达目的绝不罢休的气概。排除一切干扰你朝目标前进的不利因素吧，全身心地投入你经营的事业。

不管什么，请不要再说“我已经不行了”！

思想再解放一点，胆子再大一点，步子再快一点！

永远不要满足于一点小成就！

人生短暂，与其平平庸庸过一生，不如悲壮的干一场！

将自己的喜欢、兴趣或才智转换为一项事业，远比受雇于人更具有前途，应该坚决地说：我要当老板！

第1章 不打无准备之仗

——开店筹划与定位

小生意可能做完算，大生意则必须算好做。

做小本生意，事先安排不周，事后也能补救。那沿街“大摆摊”几乎不会有严密、精确、经常性的成本核算和资金效益分析，赚多少就多少，洗手不干或卷土重来的事都是常有的。但事先计划，资金预算总是有那么回事，只是不作为头号大事，无需正式的账面系统。但做大生意，大买卖的大户却不能如此，老板严密的资本预算不可或缺。如果说小生意可做完再算，大生意则要算好才做。掉以轻心，很可能一败涂地。

开店分析	3	装修的学问	10
开什么店	4	租房注意事项	11
开店调查	5	如何办理开业手续	15
开店资金不够怎么办	6		

第2章 锁定“金口岸”

——店址判断与选择技巧

我们经常发现，有些经营规模较小的店主，往往会避开经营场所较多的地方，把自己的商店开设在较为偏僻的地方，以不至于在竞争中胳膊斗不赢大腿。事实上，经营场所多的地带，



目

录

正是商业繁荣的地方，这里顾客云集，商品的吞吐量有如风卷残云。而偏僻的地方，即使竞争的对手少，可是没有顾客，我们把商品卖给谁呢？所以，要想有理想的经营效果，就应该把自己的商店尽量往繁华地带挤。至于人家的规模比自己的大，我们也不必担心。小规模自有小规模的好处，我们可以在商品的“奇”和“精”上下功夫。小商店要想在大商店的夹挤下生存和发展，只有在经营的花样上与众不同，才是较好的选择。譬如，我们可以开专卖店。虽然我们在品种的数量上比不过人家，但是，我们可以就某一方面的商品做到应有尽有，比同类的大商店的品种还要齐全。

选口岸基本原则	27	怎样选择街道铺面	37
繁华地段不一定是好口岸	31	开店不宜选址的区域	37
好口岸就不要怕高租金	31	在小巷内开店	38
好口岸和差口岸的转换	32	在居民区开店	39
同行密集的地方是好口岸	32	在车站附近开店	39
好口岸应具备的条件	33	在学校附近开店	40
选择口岸小技巧	34	在办公区开店	40
选择开店的最佳区域	35	在大楼内开店	41
在坡路上开店不可取	36	在大型百货商场附近开店	42

第3章 塑造最佳卖场

——店铺形象设计

●店面的设计必须符合自身的行业特点，从外观和风格上要反映出商店的经营特色。

●店面的装潢要充分考虑与原建筑风格及周围店面是否协调，“个别”虽然抢眼，一旦使消费者觉得“粗俗”，就会失去

目
录

信赖。

●店面装饰要简洁，宁可“不足”，不能“过分”，不宜采用过多的线条分割和色彩渲染，免去任何过多的装饰，不要让用户感到“太累”。

●店面的色彩要统一谐和，不宜采用任何生硬的强烈对比。

●招牌上字体大小要适宜，过分粗大会使招牌显得太挤，容易破坏整体布局，可通过补底色来突出店名，店名要简明易懂，上口易记，除特殊需要外不要使用狂草或外文字母。

●如果疏忽了对商品特点的展示，即使再好的商品也会遭到冷遇。使顾客显而易见地看出每件商品的特色，是非常重要的陈列技巧。

室内装潢技巧	45	色彩设计	55
室外装饰技巧	46	声音设计	56
招牌设计	47	动感设计	57
店门设计	48	商品陈列技巧	57
橱窗设计	48	商品陈列高度与销售	58
货柜货架设计	49	杂乱无章的陈列显奇效	59
天花板设计	51	商品展示技巧	59
墙壁设计	52	商品包装技巧	61
地板设计	52	商店命名的技巧	64
灯光设计	53		

第4章 万事开头难

——开店创业生意经

俗话说：“一着鲜，走遍天”。走与众不同的路，做别人不想或不敢想或未敢做之事，开发别人想不到的产品，是许多老

板创新振兴的重要做法。

有位富有经济头脑的商人曾讲过一个生动而有趣的事例：如果一个犹太人在日本某地开了一家修车店，那么，第二个来此地的犹太人一定会想方设法在那里开一家饮食店。但很多中国人则截然相反，一个中国人在某地开了一家修车店，那么第二个来此地的中国人，则往往开的也是修车店。

要发财，先做发财梦	67	热门里面找冷门	77
初下海，到处是老师	67	先赔后赚	77
下海之初的致命伤	68	在让利中得利	78
如何求人办事	69	不要太斤斤计较	78
一定要“试一试”	70	要想到为顾客省钱	79
先模仿后创新	71	学会用“计”	80
让老顾客不断带来新顾客	72	咬牙度过开始的艰难	80
做生意最忌急功近利	72	不靠运气来做生意	81
做生意要留有余地	73	生意场上不怨天尤人	82
小生意也能赚大钱	74	有心遍地财，处处是生意	82
善于精打细算	74	生意失败的主要原因	83
决定前慎重，决定后果断	75	有的亏本生意也要做	86
不赶潮流	76	做生意十诀	87

第5章 看谁笑到最后

——开店老板新观念

●当别人问及你的文学功底时，你的谦虚也许是一种美德；但当一个客户问你的经营能力如何时，你回答说“不行”或“一般”，那就大错特错了。

●做生意有负债并不是一件坏事。资本的原始积累期是漫

长的。有很多机会，往往因为资金的短缺而白白流失。在正确的决策之后，就不妨大胆举债。

●你看见成群结队的鱼向你游来，你因无准备只好望鱼兴叹；但若你已准备好了捕鱼的网，你也许就鱼满筐了。

老板应是出谋划策的高手	91	老板不能满足小成就	99
老板不是文盲	93	老板要不断发展“关系网”	
老板不是法盲	94		100
老板不鼠目寸光	94	老板要不断“情感投资”	101
老板不墨守成规	95	老板不要派头	102
老板不怕失败	96	老板应“衣冠楚楚”	102
老板永不认输	97	老板在酒宴上应付自如	103
老板不轻言改行	98	老板不嫌弃糟糠之妻	105
老板应是“狂人”	98	成功老板的金钱观	106

第6章 凭什么要买你的商品

——突破开店营销难关

怎样才算成功的营销？如果连废品都可以卖得出，而顾客又肯乐意花钱买，那你就算营销入门了。

只要肯动脑筋，粪便变成黄金。这不是一句空话，世界上已有人把它变成了事实。

瑞典北部有家毗邻野生动物保护区的旅行社，总经理因不耐烦——回答游客提出的有关野生动物的一些问题，便偶然出示麋鹿的干粪借以证实保护区内有麋鹿存在，没想到竟有游客愿掏钱买走鹿粪留念。此人于是萌发了出售鹿粪赚钱的念头，每罐 30 克朗的正宗瑞典麋鹿粪，居然供不应求。



目

录

摸准顾客购买心理	111	商品定价谋略诀窍	120
刺激顾客购买的诀窍	114	推销滞销产品的方法	125
创造顾客的技巧	115	小店销售小窍门	126
买卖迅速成交办法	117	店铺营销金点子	130

第7章 酒好也怕巷子深

——巧做广告宣传

攻城为下，攻心为上。

采取全方位、连续性的广告攻势，也是广告战的重要策略之一。但强大的攻势广告所需巨大的广告费用，不是每个企业都能承受得起的。况且有的广告攻势虽强，但效果并不理想。有的广告看了很多遍，好像并没有多少印象，而有的广告只看一次就令人难忘；有的广告看过后无动于衷，可有的广告看过后，立即激起你的购买欲望。所以广告战同军事战争一样，“攻城为下，攻心为上”。

消费者在购买商品时，一般有求新、求美、求实、求廉、从众、求名等心理。研究和利用大众的需求心理，采取相应的广告策略，往往事半功倍。

花钱多的未必是好广告。搔到痒处，恰到好处，才会有神奇的广告效应。

广告宣传要反复	147
不花钱做广告的绝招	147
店铺广告招数	148

第8章 生意是怎样谈成的

——商务洽谈致胜诀窍

●抢先报价，也就抢先奠定了磋商的基础；否则，对方苛刻的开价会使你无法留下余地。

●人们总是珍惜难于得到的东西，买主不会欣赏容易得到的东西。如果你想使买主快乐，千万不要轻易让步而令对方从容取胜。

谈生意真是一门奇妙的艺术，而生意中的让步更是艺术中的艺术。如果不作让步，生意就会告吹，如果让步过大，生意虽然成了，但利润又告吹了。那么，怎样才能既做些让步使买主满意，又能保证自己的合理利益呢？

商谈是一种让买卖双方都能	商务谈判要价技巧	158
赢的艺术	商务谈判讨价还价技巧	162
实话实说	防止谈妥的生意又遭变卦	167
谈判时间选择艺术	电话商谈生意的技巧	168
谈判地点选择艺术	商务谈判取胜招数	170
谈判人员安排艺术		

第9章 小资本照样赚大钱

——开店经营新术

和尚庙里开发廊，盲人学校卖蜡烛，血本无归。

经商要顺应潮流才能成功。所谓潮流就是大众对商品的需



求。你的商品无人购买或需求量很小，怎么能赚钱呢？在和尚庙里开发廊，盲人学校卖蜡烛，恐怕没有不亏本的道理。当然，顺应潮流也有个时机问题。潮流之所以是潮流，就是因为它处于不断变化之中，有起有落方是潮。当一种商品刚刚推出时，如果能流行，则是获利最丰的时机，不论是制造商、中间商还是零售商，都有可能获得成倍的利润。其后就会制造得越来越多，价格越来越便宜，因而利润也就越来越少。因此，能否看清流行趋向以及能否及时抢占先机，是赚钱的基本要件之一。

有的人也顺应潮流，但却总是在随波逐流，最后不仅获利甚微，甚至还经常被动挨打。市场潮流的潮峰就是供不应求那短暂的时机，如果你抢占这个时机就能大获全胜。所以成功的企业总是抢占先机“引导潮流”，而不是“追赶潮流”。

经商项目策划	185	百战百胜的经营原则	187
投资的“诀窍”	185	防止商业诈骗	196

第 10 章 感情妙，生意俏； 感情凉，生意黄 ——开店服务引客艺术

●不要说“这商品我们店没有”，应该说：“你需要的商品，我们将替你想办法。”主顾一旦走进了店堂，就不能轻易让他空手出去。

●在买方为主要的时代，品种繁多的商品、豪华优雅的店堂，已不再是吸引顾客最有效的因素，商家竞争已由商品之争、购物环境之争，开始转向服务之争。

●宁可自己麻烦千遍，不让用户一时不便。

●谁能赢得客人的心，谁就能成为竞争中的胜利者，因而应打好服务这一仗。

顾客对商店的期望	203	实事求是地诱导	207
买与不买一个样	205	投其所好地劝说	208
多买少买一个样	206	一味和气难成交	209
顾客穿好穿坏一个样	206	不怕麻烦，有求必应	210
帮助顾客比较商品	207		

第 11 章 当好店老板，不当管家婆

——人、财、物的管理

老板不是管家婆，而是方向指示牌，好老板无为而无不为。

心怀全局，是对老板的基本要求。但是，心怀全局并不是像管家婆那样事无巨细全部过问，都管起来。在现代分层负责的管理中尤其是这样，老板只决定基本方针或大的原则，其余的事情应让下属分层负担，自由发挥。

同时，老板要像太阳拉住行星一样，使雇员产生围绕企业转动的向心力。

人的管理	213	财务管理	233
货物管理	222		

第 12 章 以小胜大

——开好连锁店

俗话说：十年风水轮流转。人的爱好也常因时而异，做生意也是一样的。做生意表面上虽无变化，但实际上其内容以及

目

录



目

录

人们所采取的方式都在不断地变化。

新兴的商业，具有无比的魅力。既然它们充满希望与吸引力，则从业的人必然也多，竞争自然会非常激烈。

虽然现在许多人都认为老生意没有什么前途，许多人都接二连三地转向新兴行业，但老生意行业仍是现代人生活必需的。从业者减少了，竞争对手也相应减少了，在现代生活中我们再来个老生意新做又何尝不可呢？当然，在经营方法上就要适应时代，跟着时代的步伐前进。

开店前的策划	243	连锁店的销售	256
正规连锁店的经营策略	247	连锁店店堂布置	257
自愿连锁店的经营策略	250	连锁店货物陈列	258
特许连锁店的经营策略	250	连锁店的宣传技巧	258
连锁店的网点布局	252	连锁超级市场的经营管理	261
连锁店的商品选择	254	麦当劳公司的特许加盟制度	
连锁店的进货	255		262

第 13 章 知己知彼 百战百胜

——实战开店操作指南

兵书上说：“兵无常势，水无常形。”市场定位亦非一成不变，此一时定位准，大获成功，彼一时市场发生变化，就要重新定位。倘是在市场风云变幻中，死死地固守一方水土，势必要被淘汰出局。市场定位不是一劳永逸的事情。但只要肯于学习市场规律，搞好市场调查，做到知己知彼，找准市场定位还是能够办得到的。

市场不是一句空话，而是实实在在的你死我活的一场商战。现今，不少商家感叹生意难做，其实生意并非难得不能做，而