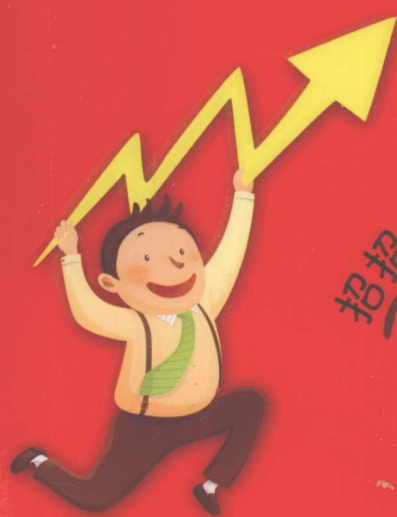


开店 必读

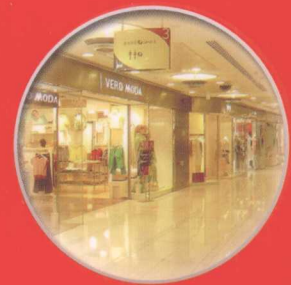
开店盈利必知的

148新招

林文力 / 编著



招招点睛!
招招实用!



现代出版社
MODERN PRESS

图书馆
印章

开店 必读



开店盈利必知的

140招

林文力 / 编著

图书在版编目 (CIP) 数据

开店必读/林文力编著.—北京: 现代出版社, 2009.11

ISBN 978 - 7 - 80244 - 611 - 3

I.开… II.林… III.商店—商业经营 IV.F717

中国版本图书馆CIP数据核字 (2009) 第186931号

编 著: 林文力

责任编辑: 张桂玲

出版发行: 现代出版社

地 址: 北京市安定门外安华里504号

邮政编码: 100011

电 话: 010-64267325 010-64245264 (兼传真)

网 址: www.xiandaibook.com

电子信箱: xiandai@cnpite.com.cn

印 刷: 大厂聚鑫印刷责任有限公司

开 本: 787毫米×1092毫米 1/16

印 张: 20.5

出版日期: 2010年1月第1版 2010年1月第1次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 80244 - 611 - 3

定 价: 32.00元

版权所有, 翻印必究; 未经许可, 不得转载

前言

对创业者来说，开店是创业的最佳途径，不仅可以施展自己的才华，锻炼自己的能力，而且还可以积累自己的财富。但也有不少人认为，开一个小店，最多不过是一小商小贩。有这种法想，是大错特错。古今中外，很多富豪都是从一家小小的店铺白手起家的，如“肯德基”、麦当劳”、“沃尔玛”都不是从一个小店经营开始，最终做到了全球连锁吗？尤其是“沃尔玛”还做到了世界五百强之首。每年我国有数百万的各式店铺在喜庆洋洋的氛围中开张，由此催生出数之不尽的新富翁。

以前曾听说过某名牌大学生摆摊做一个“猪肉王子”的故事，在惊奇之余，从中悟出了一个深刻的道理：条条大道通“罗马”，开小店也能取得大成就。

伴随着一个个时尚、风光的新潮店铺的出现，我们不得不承认：开小店，赚大钱。然而，开店简单吗？答案是否定的。开店并非像有些人想象的那么容易，不要认为有了一笔资金，选个地点，装修一下房子，挂上干净的招牌，生意就成功了。很多新店老板在信心满怀中开张，往往却事与愿违，结果是门可罗雀，以失败而告终。而有的店铺通过精心的策划、灵活的经营、科学的管理而蒸蒸日上，越做越大。格外是在同一路段，代理同一品牌的两个店，其中一家店铺光临的顾客是络绎不绝，而另一家却是门庭冷落，这些究竟是什么原因呢？开店成功有成功的理由，失败有失败的原因，答案尽在本书中。

本书从十二个方面对开店的细节进行了详尽的描述，分别是：开店谋

划术，店址选择术，店铺包装术，商品陈列术，店铺管理术，顾客招揽术，心理透视术，顾客沟通术，广告宣传术，商品促销术，竞争致胜术，成功扩张术。内容系统、全面、实用，语言通俗易懂，见解独到精辟。只要我们按照本书叙述的方法一步一个脚印去经营，“开家旺铺赚天下”不是没有可能。

祝您：

生意兴隆通四海，财源茂盛达三江。

目 录

第一章 策略决定成败

——开店谋划术

俗话说：“万事开头难。”开店的筹备与谋划是一件看似简单，实则烦琐的事情。周密地做一个投资计划，计算一下投资所需要的资金数额，是打算开店的人首先必须面对的问题。

- NO.1 先看看自己是否适合开店2
- NO.2 从事自己感兴趣的行业5
- NO.3 什么人的钱好赚6
- NO.4 全面剖析市场机遇9
- NO.5 新开店铺还是盘店11
- NO.6 独资还是合伙13
- NO.7 确定所需的资金15
- NO.8 如何筹集资金16
- NO.9 坐而言不如起而行23
- NO.10 制定店铺经营战略24

第二章 风水宝地财源旺

——店址选择术

通常，店址被视为商店的三个主要资源之一，理想的店址



对商品销售有着举足轻重的影响。店铺的特定开设地点决定了店铺顾客的多少，也决定了店铺销售额的高低。

NO.11	好店址才有好生意	30
NO.12	店铺选址的一般原则	31
NO.13	确定顾客人群	34
NO.14	测定店铺的商圈	35
NO.15	选址的黄金法则	37
NO.16	选址有哪些技巧	38
NO.17	选址攻略	40
NO.18	倒吃甘蔗选址术	44
NO.19	开店的最佳区域	45
NO.20	不宜选择的地段	47

第三章 打造黄金卖场

——店铺包装术

俗话说：人要衣装，佛要金装。店铺也和人一样，有一个形象问题。人的形象是人的外表和内在精神的体现，店铺的形象则是店铺经营品位和实力的象征，能对顾客在心理上产生巨大的影响。

NO.21	好店名为你带来财富	50
NO.22	名正则言顺，言顺则事成	51
NO.23	店名是“第一推销员”	53
NO.24	店铺命名的常用方法	55
NO.25	店铺命名的忌讳	58
NO.26	招牌的设计	61

NO.27	店铺橱窗的设计	62
NO.28	店门的设计	67
NO.29	店面的广告设计	68
NO.30	内部装潢要与外部装饰协调	70
NO.31	利用灯光衬托卖场和商品	72
NO.32	货柜、货架的设计	74
NO.33	店内布局的设计	75
NO.34	店内色彩的设计	78
NO.35	店内通道的设计	83
NO.36	让音乐点燃人气与财气	85

第四章 营造购物天堂

——商品陈列术

商品不仅是店铺陈列和销售的对象，而且所陈列的商品也是构成店铺氛围的重要因素。商品的品牌、包装以及在陈列时的摆放位置和布局，是决定陈列效果和风格特点的主要因素，成功的商品陈列，在某种意义上能够起到促销商品的作用。

NO.37	从顾客心理着手进行商品陈列	88
NO.38	商品陈列的原则	90
NO.39	利用陈列，激起购买欲	92
NO.40	选择合适的陈列用具	95
NO.41	商品陈列的技巧	97
NO.42	充分展示重点商品	99
NO.43	商品陈列的要领	101
NO.44	不同商品选择不同的陈列方式	103
NO.45	表演性陈列	104



NO.46	易卖性陈列	106
NO.47	商品陈列要讲究艺术	107
NO.48	商品陈列的注意事项	109
NO.49	商品陈列的误区	111

第五章 把握店铺经营之本

——店铺管理术

一个店铺经营能否成功，与开店者是否善于管理有着很大的关系。管理的技巧和方法有很多，但开店者只有结合自己店铺的实际情况，借鉴他人的成功经验，才能制定出适合自己店铺人员、物品、销售、财物等的管理技法。也只有这样的管理技法，才是切实可行并行之有效的。

NO.50	合理的商品划分	114
NO.51	优化商品结构	116
NO.52	掌握商品的生命周期	118
NO.53	掌握进货要领	119
NO.54	做好盘点工作	121
NO.55	做好财务管理	123
NO.56	看懂财务报表	125
NO.57	账目管理细则	126
NO.58	商品定价要考虑的环境因素	131
NO.59	商品定价的原则	132
NO.60	商品定价的技巧	134
NO.61	商品定价的策略	137
NO.62	适时调整商品价格	140

第六章 给顾客一个购买的理由

——顾客招揽术

在店铺销售活动中，招徕顾客是店铺销售的第一步；留住顾客是进行销售活动的前提。

- | | | |
|-------|-----------------|-----|
| NO.63 | 使顾客产生购买动机 | 144 |
| NO.64 | 像嫁女儿一样卖商品 | 146 |
| NO.65 | 让顾客对商品感兴趣 | 147 |
| NO.66 | 提高顾客的满意度 | 149 |
| NO.67 | 见什么顾客说什么话 | 151 |
| NO.68 | 积极面对每一位顾客 | 153 |
| NO.69 | 占有更多的顾客资源 | 154 |
| NO.70 | 不失时机地接近顾客 | 155 |
| NO.71 | 提高顾客忠诚度 | 157 |
| NO.72 | 怎样迅速成交 | 158 |
| NO.73 | 化解顾客的不满 | 162 |
| NO.74 | 抓住顾客的心 | 165 |
| NO.75 | 取得顾客的信任 | 166 |

第七章 一眼看穿顾客

——心理透视术

世界上的消费者成千上万，各有各的特点，各有各的习惯，各有各的具体情况，他们的购买心理千差万别。



NO.76	分析顾客的消费心理	170
NO.77	把握顾客的需求心理	171
NO.78	想顾客所想	174
NO.79	采取适应顾客心理的销售方式	176
NO.80	男性消费者的购买心理	178
NO.81	女性消费者的购买心理	180
NO.82	青年消费者的购买心理	181
NO.83	老年消费者的购买心理	183
NO.84	把握顾客的心理活动变化	184
NO.85	社会分工与消费心理	187
NO.86	消费习俗对消费心理的影响	189
NO.87	社会流行与消费心理	191
NO.88	社会文化对消费心理的影响	194
NO.89	从细枝末节观察顾客	195

第八章 把话说进心窝里

——顾客沟通术

在商谈之中，买方有买方的策略，卖方有卖方的策略，可谓一招可拆一招，但商谈之所以进行，不仅仅是比试一下谁的能力高，谁的口才好，谁有制胜的谋略，而是双方都有所求。

NO.90	欢迎顾客的技巧	198
NO.91	如何向顾客推荐商品	199
NO.92	让顾客深受感动	201
NO.93	把话说得滴水不漏	203
NO.94	巧妙处理顾客的异议	207

NO.95	说服顾客三部曲	209
NO.96	做好商品说明	211
NO.97	对挑剔的顾客要有耐心	213
NO.98	正确处理顾客的抱怨	214
NO.99	对待顾客要不厌其烦	215
NO.100	店员要“能说会道”	217
NO.101	如何应对想买的顾客	220
NO.102	怎样处理顾客讨价还价	222
NO.103	顾客永远是对的	223

第九章 使店铺顾客盈门

——广告宣传术

广告的威力有多大呢？一位资深的美国记者曾这样说：“只要有足够的经费，我能使一块砖头被选为州长。”由此可见广告的威力非同一般。

NO.104	广告就是宣传商品的卖点	226
NO.105	广告宣传要遵循的原则	227
NO.106	店铺广告招数面面观	229
NO.107	店内广告牌的摆放	233
NO.108	店面广告的作用	236
NO.109	店面广告的制作	237
NO.110	店面广告的种类	239
NO.111	怎样设计广告单	241



第十章 不尽财源滚滚来

——商品促销术

促销这种手段来由已久，不同的商店有各自不同的促销策略，如果能审时度势，抓住机会，再加上一个好的创意，就能取得很好的促销效果。店铺的促销策略应该在吸收一般零售商店销售经验的基础上，结合专卖店的特征，突出店铺的特色。

- NO.112 制造强烈的销售气氛244
- NO.113 促销的五大功能245
- NO.114 制定促销计划249
- NO.115 怎样开展促销251
- NO.116 钓鱼促销术252
- NO.117 送货上门促销术253
- NO.118 情感促销术254
- NO.119 低价促销术255
- NO.120 高价促销术257
- NO.121 优惠券促销术259
- NO.122 节假日促销术261
- NO.123 随购赠礼促销术262
- NO.124 折扣促销术263
- NO.125 商业保险促销术265
- NO.126 抽奖促销术266
- NO.127 会员促销术267
- NO.128 以旧换新促销术268
- NO.129 悬赏捉劣促销术269

第十一章 同行不是冤家

——竞争制胜术

俗话说：“商场如战场。”要想在激烈的竞争中立于不败之地，开店者必须具有竞争意识，善于用大脑思考战略战术问题，像没头苍蝇一样乱碰乱撞是绝对打不了胜仗的。

- NO.130 培养竞争意识272
- NO.131 做生意要互惠互利274
- NO.132 关注竞争对手276
- NO.133 制定竞争对策278
- NO.134 先下手为强279
- NO.135 信誉是制胜的根本281
- NO.136 知名便利店制胜的细节284
- NO.137 以己之长，克敌之短286

第十二章 生意兴隆通四海

——成功扩张术

切实可行的利润目标为店铺的发展描绘了清晰的方向，也为店铺的发展提供了前进的动力。

- NO.138 连锁经营的前提条件290
- NO.139 开分店前要周密谋划291
- NO.140 如何选择连锁形式296



NO.141	连锁店进行采购的方法	297
NO.142	连锁店的布局和配货	299
NO.143	不同扩张形式的经营策略	301
NO.144	连锁店的销售方式和定价	304
NO.145	连锁店的促销技巧	305
NO.146	提高连锁店的服务质量	308
NO.147	如何有效监控加盟店	310
NO.148	总店的部门设置	311

第一章 策略决定成败

—— 开店谋划术

俗话说：“万事开头难。”开店的筹备与谋划是一件看似简单，实则繁琐的事情。周密地做一个投资计划，计算一下投资所需要的资金数额，是打算开店的人首先必须面对的问题。

小生意可能做完再算，大生意则必须算好再做。

做小本生意，事先安排不力，事后也能补救。那沿街的“大摆摊”几乎不会有周密、精细、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。但事先谋划，资金预算总是有那么回事儿，只是不作为头号大事。做买卖的大户却不能这样，开店人严密的成本预算不可或缺。同时，要做好全盘的策划，包括：项目确立、市场环境分析、市场定位、客户群选择、资金筹措等，让营销决策有的放矢。其中包含了基本的经营思想、理念和智慧，它是经营成功的第一前提。



NO.1 先看看自己是否适合开店

俗话说：家财万贯，不如开店。开一家店铺，是众多创业者实现自己梦想的好办法，那样才能真正拥有一份真正属于自己的事业。

可是，在竞争日益激烈的商海中摸爬滚打，并不是每个人都能承受得住的，也就是说并不是每个人都能开店当老板。即使是小店铺，也同样需要很大的学问，每个有志于开店的人都必须首先审视自己，从各个方面评价自己是否适合开店，从而扬利弃弊，明确自身素质及软硬件条件，为成功开店扫除障碍。

创业者如何在开店前审视自己是否适合开店呢？具体地说，主要从以下三方面进行审视：

1. 你是否了解自己

人们都知道，商场如战场，竞争残酷无情。要想自己创业开店做老板，创业者必须对自身的情况有所认识。如果在开店前投资者能充分认识自己的优势，就可不交或少交很多“学费”。

有人会问，怎样才能认识自己的优势呢？答案是：要让熟悉你的旁观者指出你的优势所在，可以向自己的父母、兄弟、姐妹、亲戚、同学、朋友、师长、同事甚至是自己的对手征求意见，了解他们对自己的看法和评价。当然，自我反省也有助于了解自己的才能及事业倾向，了解在过去的生活及工作中有哪些是自己最乐意做而又取得较大成功的事情。

另外，还可通过向自己提出需解决的问题来找出自己的优势。如通过提问题的方法，可问“我是谁？”其中要弄清楚的具体问题包括：人生观、价值观、资历、兴趣、能力、学业背景、个人形象、动机、家庭背景和影响、其他性格特征等。再问“我的优势是什么？”具体问题包括目前从事的工作、专业特长、其他资格和技能、社交及与人沟通的能力、