

《孙子兵法》云：“知己知彼、百战不殆”。在当今信息化和全球化的浪潮中，特许和连锁经营已经变得炙手可热。那么在这些鱼龙混杂的机会中，如何去伪存真，辨别良莠，就成为每个投资者的当务之急。寻找合适的加盟机会，创建一份属于自己的事业，这也正是本书想要告诉大家的……

上海连锁商业协会指导

21世纪创业致富的捷径

成功加盟指南

汪光宗 编著



成功加盟指南

· 汪光宗 编著 ·

· 新疆人民出版社 ·

CLOUD SEED

上海形形色色商务咨询有限公司

上海连锁商业协会指导

成功加盟指南

.....

CLOUD SEED

上海形形色色商务咨询有限公司
上海连锁商业协会指导

版权所有·翻印必究

图书在版编目(CIP)数据

成功加盟指南/汪光宗编著.
乌鲁木齐: 新疆人民出版社

ISBN 7-228-07583-8

I.成……

II.汪……

III.连锁商店-商业经营

IV.F717.6

中国版本图书馆CIP数据核字(2002)第076209号

责任编辑: 文珍

出版发行: 新疆人民出版社

地 址: 乌鲁木齐市解放南路348号

邮 编: 830001

印 刷: 上海市青浦印刷厂

开 本: 16

印 张: 24.875

字 数: 300,000

版 次: 2002年11月第1版

印 次: 2002年11月第1次印刷

印 数: 1-10,000册

定 价: 95.00元

序言

近代连锁业在美国出现，以后进入欧洲大陆直至世界各地，至今已经历一百四十余年。

最初的连锁业，只是采用了统一的店名或商标名，之后渐渐发展，实行统一采购、统一配送和统一的经营和管理。并且，从直接投资开店的连锁经营，进一步发展了特许连锁和自愿连锁等形式。

中国的连锁业起步较晚。上个世纪八十年代末，上海引进了肯德基快餐；九十年代初，创立了连锁超市，上海的连锁业开始蓬勃发展。1995年，国家三部委在上海召开“部分省市连锁商业座谈会”，推动了连锁业的更快发展，并且打造出我们的民族品牌。

1995年开始，上海出现特许加盟的连锁形式，并得到迅速发展，到目前，已成为发展连锁经营中被普遍采用的方式。但是，由于特许加盟发展时间不长，发展较快，还不很平衡，还存在着诸如制度建设、加盟管理、法律规范等方面的一些问题，还需要借鉴国外先进经验、不断完善。同样，我们应该看到，中国在连锁事业的发展过程中已经显示出巨大的潜力，并且现在已经创造了良好的基础，相信在不远的将来，我们的连锁事业会更上一层楼！

上海形形色色咨询公司汪光宗先生是台湾连锁业界资深专家，这本《成功加盟指南》是他在大陆继《连锁经营实战手册》之后的又一力作，也是对连锁事业的贡献和支持，相信这对我们连锁经营和特许加盟的进一步发展是有益的。

让我们共同携手，为中国连锁经营的发展争创新的辉煌！

上海连锁商业协会

前言

近年来特许经营和连锁加盟成为热门的话题，连锁及特许经营业界，拥有品牌及其它资源的各家企业，纷纷向市场上抛出绣球，以吸引众多正在观望的投资者和创业者；与此同时，特许加盟会展也方兴未艾，召唤着希望能拥有自己事业的加盟者。在这种形势下，进行加盟招揽的企业中难免会出现鱼龙混珠、良莠不齐的现象，只要收到加盟金就拍屁股走人，不能对加盟者提供必要的管理和其他方面的支持，或者自己本身就发展得不够完善，为了圈钱而招揽和欺骗加盟者，给投资者，也给社会造成损失和损害；而加盟者也往往因为对所加盟的品牌或者行业的不了解，加上管理经验欠缺，如此等等，给自己造成一些损失，反过来又对连锁事业的发展形成了障碍。

针对这种情况，我们借鉴欧美及台湾连锁业发展的经验和教训、相关案例，结合中国大陆目前连锁业发展的相应特点及发展趋势，编辑并出版了这本《成功加盟指南》书稿，希望能对广大有志于连锁事业的投资者和创业者以指导，也算是我们为中国新世纪经济的腾飞加砖添瓦！

本书共分为八个部分，第一篇为简介篇，主要针对目前连锁业发展的特点和趋势，以及我国加入WTO后面临的机遇和挑战做了分析，并介绍了连锁业的一些基本知识和原则，并对它做优缺点的分析，使广大读者一目了然；第二篇加盟篇介绍作为加盟者，应如何选择加盟体系和建立自己的特许组织；第三篇为总部篇，着重于介绍在发展连锁的过程中，作为总部，其职责是什么，需要具备什么样的条件，做好什么样的准备，才能更好地运转整个连锁加盟体系；第四篇策略篇则告诉加盟者在维护客户关系和提高服务质量方面应该注意的问题；第五篇经营篇，主要是指导加盟者怎样经营、管理好自己的门店；第六篇法律篇主要是介绍连锁及特许经营行业法律法规、并对订立加盟合同中应注意的事项做出分析；第七篇案例篇介绍几个特许经营行业的成功案例；最后一篇特许行业篇对目前各个连锁特许行业加盟条件的分类介

绍，包括国内的和国际的连锁品牌，希望给广大投资创业者提供一些选择上的方便。

本书的出版得到了上海市连锁商业协会的支持和关心，在此我们表示衷心的感谢！

希望本书的出版能给大家提供一些帮助，也祝愿各位投身连锁特许行业人士都能够取得成功！

汪光宗

公司简介：

上海形形色色商务咨询有限公司是国际 CLOUD SEED GROUP的成员，也是国内唯一全方位的专业连锁及特许经营咨询公司，有强大的顾问群配合，客户遍及台湾、马来西亚、新加坡及中国大陆，自成立以来即秉持专业化、国际化、客观化的理念，将连锁及特许经营品牌规划推广至国内各地。

公司主要业务为：

品牌识别管理 (Brand Management)

连锁店的整体品牌识别管理规划叫

SI (Store Identity)

包含四大部分MI(Mind Identity)称为理念识别，是透过调查、研讨、评估等作业方法，建立符合连锁及特许经营需求的经营理念、定位、远景与发展策略，是特许经营企业未来发展的重要战略组成。

· VI (Visual Identity)

称为视觉识别或品牌识别 (Brand Identity) 主要是将品牌定位转化成具体的视觉设计。分为基本系统 (标志、字体、企业色彩……) 及应用系统 (事务用品、交通工具、制服包装……)。

· BI (Behaviour Identity)

称为行为识别，也就是管理上的制度规划，包括总部运作、开店管理、商品作业、营销管理、督导作业、加盟招揽……等等。

· SI (Space Identity)

系统性、规格化的门店装潢设计，能够统一形象、塑造个性化、节省费用、缩短工时、利于快速开店、方便管理并强化加盟者的信心。

作者简介：

汪光宗 (Peele Wang)

台湾连锁业界资深专家，毕业于台湾中国文化大学美术系设计组，1988年赴美国纽约研究CI，是台北创意交流协会发起人及首届会长，《工商时报》CI研究专栏主笔，《CI NEWS》杂志发行人。

汪先生现任 CLOUD SEED GROUP 总裁，台北形形色色形象设计有限公司、台北形形色色连锁识别有限公司、上海形形色色商务咨询有限公司总经理，马来西亚形形色色形象设计有限公司执行董事，美商华威葛瑞广告公司设计顾问，台湾景文技术学院设计系教授，中华企业形象发展协会理事，上海连锁商业协会理事。

汪光宗先生的主要著作有：

- 《连锁加盟实战手册》（六册）
- 《连锁加盟实战演译》（VCD, 浙江音像出版社）
- 《CI赢的策略》（《商业周刊》出版）

主导过的案例主要有：

- 台湾震旦通讯SI规划
- 台湾樱花集团CI规划
- 龙凤食品
- 罗莎蛋糕
- 广州中威SNOOPY
- 珠海天年等CI及SI规划

.....

目录

第一篇 简介篇	1
第一章 何谓连锁经营	3
一、真正的连锁体系需具备四个条件:	3
二、连锁经营的条件	3
三、连锁经营的形态	4
四、连锁系统开展加盟条件	6
五、连锁经营的应用	9
第二章 连锁加盟的优缺点	10
一、加盟连锁的优点	10
二、加盟连锁的缺点	11
第三章 连锁业的经营原则	12
一、连锁经营系统四要素	12
二、连锁组织规划	13
三、市场调研	14
四、经营策略与特色的建立	14
五、连锁经营管理运作制度建立	15
六、连锁分店的展店与管理	16
七、店长所被要求的素质	17
八、最高处理原则	19
第四章 中国特许经营的形势分析	20
一、特许经营发展情况	20
二、大力发展特许经营的现实意义	20
三、特许经营的政策环境趋好	22
四、展览会是推动特许经营发展的重要方式	22

第五章 入世后中国特许品牌面临的挑战	24
一、价格竞争更加激烈	24
二、服务水平进一步提高	24
三、配送服务将迅速发展	25
四、“入世”带来的机遇	26
五、“入世”带来的挑战	27
六、零售业备战 WTO 之对策	27
 第二篇 加盟篇	 29
第一章 创建一份属于自己的事业	31
一、前言	31
二、特许经营与其它投资方式的比较	31
三、选择适当的投资行业	32
四、最容易发生的加盟纠纷	34
五、最受中小投资者青睐的热门行业	36
第二章 加盟者自身的条件与准备	38
第三章 如何选择良好的加盟体系	40
第四章 如何选择良好的加盟总部	43
一、特许人的行业所在	43
二、特许竞争力状况	47
三、特许人的企业管理水平	49
四、特许人可提供的支援	50
五、特许人收费的合理性	52
六、合作条件及合约内容	53
七、对加盟总部（特许人）的评估项目表	54
第五章 洋品牌的可靠性	58
第六章 建立特许组织的步骤	61
一、试点经营	61
二、特许权组合的开发	62

三、操作手册的制定	64
四、特许人在选择受许人时应注意的事项	68
第七章 开店地点的选择	70
第八章 连锁开店布点策略	75
一、定位	75
二、开店方式	75
第九章 投入连锁须承担哪些风险	79
第十章 加盟的陷阱与注意事项	81
一、判定加盟陷阱五大简易法则	81
二、小心加陷阱七大手法	82
三、下面再介绍几个主要的陷阱:	84
 第三篇 总部篇	 89
第一章 连锁加盟总部的规划	91
一、如何推进“量”的管理	91
二、如何推动“质”的管理	93
第二章 连锁总部的加盟发展策略	95
一、投资	96
二、管理和公司结构	97
三、广告和营销	97
四、汇报、监督和管理	98
五、手册	98
六、运作指南	99
七、培训项目	99
八、特许经营资金计划	99
第三章 连锁总部的加盟发展规划	100
一、成功的单店管理	100
二、一流的培训队伍	100
三、庞大的支持系统	101

四、严密的督导管理.....	101
五、特许经营权	102
六、手册化的 VI 系统.....	102
第四章 加盟金、保证金及管理费用的制定	103
一、总部和加盟店之互动	103
二、加盟合同注意事项.....	104
三、加盟金的计算	105
四、履约保证金的计算.....	106
第五章 总部开新店的作业程序	107
一、应做一份详尽周到的企划书，以便有章可循。	107
二、开店管理要项	111
第六章 连锁业手册管理的重要性	114
一、前言	114
二、制作管理手册的作用	115
三、连锁店对手册管理的共同问题.....	116
四、如何落实手册化运作	117
五、结语	118
第七章 如何选择良好的加盟商	120
一、特许加盟条件合理性分析	120
二、特许连锁（FC）成功的十个条件.....	121
三、加盟商的确认	122
第八章 连锁总部的督导系统.....	123
一、组织规划	123
二、门店管理范围	124
三、门店评核	129
四、门店辅导	137
五、督导运作	139
第九章 秘密顾客的运用	143
一、秘密顾客的作用.....	143

二、什么样的人可以做秘密顾客	143
三、秘密顾客考核内容分类	144
四、秘密顾客的执行方式	145
五、秘密顾客的作业流程	146
六、秘密顾客执行时机	146
七、秘密顾客数据处理	147
第十章 视觉管理制定 VI 及 SI 篇	148
一、视觉形象的重要性	148
二、视觉形象的分类	149
三、VI 的内容及设计方式	150
四、VI 手册的制作	155
第十一章 如何建立成功的物流配送	159
第十二章 做好广告促销、提高门店绩效	164
第四篇 策略篇	179
第一章 做好敦亲睦邻工作	181
第二章 会员制凝聚顾客	183
第三章 如何有效提高门店业绩	185
第四章 门店营销培训	187
一、门店进行营销培训的意义	187
二、高层营销主管在培训中起何作用	188
三、培训内容	189
四、如何进行技能培训	192
第五章 销售服务技巧与规范	194
一、销售服务技巧	194
二、销售员待客要诀	195
三、销售服务要诀	196
四、消费者挑选商品的需求倾向	197
五、服务过程中应贯彻的原则	198

六、服务规范	203
第六章 怎样训练卖场服务人员	206
第七章 提升员工士气和品质	207
一、考核员工士气和态度问题	207
二、提升员工士气和品质的几种方式	207
三、员工服务态度和应对顾客的标准	208
第八章 总部协助门店掌握客户资讯	209
 第五篇 经营篇	 211
第一章 门店作业流程及管理	213
一、每日开店作业流程说明及控制重点	213
二、整洁管理	217
三、安全管理	219
四、设备管理	224
第二章 商圈深耕	226
一、商圈深耕的主要目的	226
二、商圈耕耘的方法	227
三、高效能商圈营销的作法	227
第三章 门店促销计划与效果	233
一、促销计划的种类	233
二、促销方案计划	235
三、活动考虑要素	236
四、企划案提出	237
五、促销计划的成效评估	239
第四章 门店危机管理与抱怨处理	242
一、门店危机管理	242
二、顾客抱怨处理	246
第五章 如何处理客户退货事件	251
第六章 门店绩效评估	253

一、评核目的	253
二、评核对象	253
三、直营店评核人员	253
四、特许经营店评核人员	254
五、评核时间	254
六、评核内容	255
七、例行评核	257
八、绩效评核	260
九、评核方式	261
十、奖励原则	261
十一、评核的结果及处理	262
第七章 价格与服务哪个重要	264
第八章 新客人与老主顾应该重视谁	268
第九章 消费者数据管理与运用	272
一、消费者管理目的	272
二、消费者管理程序	272
三、消费者数据管理	274
第六篇 法律篇	277
第一章 特许经营相关法律法规	279
第二章 特许经营合同的要素分析	319
第三章 加盟合同的 25 点注意事项	336
第四章 平等互利的加盟合同	340
一、加盟意向书	340
二、特许经营合同	341
第七篇 案例篇	347
第一章 福奈特引进了什么模式	349
一、市场状况	350

二、消费需求	351
三、投资环境	352
四、管理与培训	353
第二章 百胜（中国）的终极目标	355
第三章 杉杉创新营销迎接过节竞争	358
 第八篇 特许行业篇	 361
百货零售行业	363
餐饮行业	366
服装行业	369
IT 及通讯行业	370
图书、教育行业	371
美容、化妆品行业	372
彩扩行业	374
医药行业	375
音像租赁行业	376
眼镜行业	377
洗衣行业	378
建筑装潢行业	379
汽车维修护理行业	380
礼品行业	381
房地产服务行业	382
咨询服务行业	383

第一篇 简介篇

第一章 何谓连锁经营

第二章 连锁加盟的优缺点

第三章 连锁业的经营原则

第四章 中国特许经营形势分析

第五章 入世后中国特许品牌面临的挑战