

店

创业与管理艺术丛书

下家钱 打工钱 店铺经营者必读

店铺经营之范本

KAI DIAN BI ZHUA

开店必赚

求得顾客盈门生意兴隆之道



脱胎换骨的开店经营理念
生动实用的开店谋划点子
独具特色的开店营销高招
出奇制胜的开店经营战术
别具一格的开店引客诀窍

开家店不难，懂点经营常识不难，赚点钱也不难。但如何在激烈竞争的市场中出自己的招牌，创出自己的特色，如何在费疲软的时候生意兴隆，则非易事。本书到、全面的分析定会给你崭新的启发。

汪敬东 编著

中国铁道出版社

创业与管理艺术丛书

——开店必赚

汪敬东 编著

中国戏剧出版社出版

(北京海淀区北三环西路大钟寺南村甲 81 号)

(邮政编码:100086)

新华书店总店北京发行所 经销

四川省彭山县彩印厂有限公司 印刷

980 千字 850×1168 毫米 1/32 开本 40.5 印张

2000 年 1 月第 1 版 2000 年 1 月第 1 次印刷

印数:1—2000 册

ISBN 7-104-01203-6/C·43 总定价(全二册):59.60 元(本册单价:29.80 元)

我要开店当老板（序）

思想再解放一点，胆子再大一点，步子再快一点！

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，自己创立自己的事业；有些人是因为已届退休年龄，想为自己铺一条退路；有些人则是因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困难，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的努力一样，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。

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。

将自己的喜欢、兴趣或才智转换为一项事业，远较受雇于人更具有前途。应该坚决的说：我要当老板！

不管什么时候，请不要再说“我已经不行了”！

与其平平庸庸过一生，不如悲壮的干一场！

第一章 开店筹划与定位

开业前精心的策划，除了必不可少的一些准备，你还必须去调查和研究同行。如果你认为这种调查很麻烦，那你最好打消创业的决定。小生意能够一帆风顺的开张，但以后发生的许多困难却是未预料到的。如果你没有做生意的经验，可听听亲朋好友的意见。你如果没有经验，又不向别人请教，至少也得阅读相关的书籍。否则，你的失败率，不是 100%，也有 90%。

目

录

- 开店预测和分析 /1
- 开何种店 /3
- 开店定位 /4
- 怎样真正搞懂“装修” /6
- 开店资金的筹备 /8
- 如何租房 /13
- 如何办理开业手续 /18
- 怎样找一个“金”口岸 /32

第二章 店铺装璜设计

良好的店面设计，不仅美化了市容，更重要的是给消费者留下美好的印象，起到招徕顾客，扩大销售的目的。

进行店铺设计的前提条件是掌握时代潮流。在店铺外观，店头、店内，利用色、形、声等技巧加以表现。个性越突出，越易引人注目。

设计基本原则	/50
室内装璜技巧	/51
室外装饰技巧	/53
具体设计办法	/54
商品陈列艺术	/70

第三章 开店创业生意经

会做生意的人，主要不在于手上有多少资金，而在于他在做生意之前会不会做人。

谁都知道，借贷是讲抵押的，没有本钱向人家借钱，可以抵押的便是信贷者自己。你连提出一个使人肯借一笔不太大资金的计划也没有，怎能说服你自己真的去经营？你连在亲戚朋友之间的基本信用也没有，如何能在很讲信用的商场混得好呢？

很多在商场上成功的人，不管有大成就的，还是有

小成就的，他们开始之时，确有一些人是两手空空、一贫如洗。在商界名人的传记里，我们看到很多例子，他们是如何穷困挣扎，且从打小工开始的，他们是如何艰苦地开始了小生意，建立了可以做生意的形象，然后走上了路，走对了路，一步一步地经营出自己的生意。

目
录

要发财，先做发财梦	/82
敢于第一个吃螃蟹	/83
小生意也能赚大钱	/84
善于精打细算	/85
见好就收	/86
决定前慎重，决定后果断	/87
不赶潮流	/88
热门里面找冷门	/90
歪打正着	/90
先赔后赚	/91
舍小求大	/92
在让利中得利	/92
不要太斤斤计较	/93
要想到为顾客省钱	/94
学会用“计”	/95
准确预测必不可少	/96
捕捉生意战机	/97
咬牙度过开始的艰难	/99
不靠运气来做生意	/100

生意场上不怨天尤人	/101
有心遍地财，处处是生意	/102
经商须善理财	/103
有的亏本生意也要做	/104
做生意十诀	/106

第四章 开店老板新观念

目 录

每个人，每种事业都需要一套基本目标和信念。做一天和尚撞一天钟，这种混日子的态度用于高度竞争的商业界是绝对行不通的，我们必须心中有数地生活，即树立明确的目标。

美国某家成功企业的董事长在回答记者提问时，出语凝炼而耐人寻味：

问：董事长先生，你的公司有长期目标吗？

答：有。

问：长期目标的时限是多少？

答：250年。

问：那么你需要什么来贯彻它们呢？

答：耐心。

目标不必详尽，只要现实即可，任何不切实际的东西，无论表面如何吸引人，也终究毫无用处。

商界无人干涉你目标和计划的订立，你无需瞻前顾后、踌躇不决，“目标就是有最后期限的梦想”，写下你

自己的目标，怀着这个美妙的梦想，尽情地发挥创造力吧！层出不穷的独特的新颖的能助你发大财的主意是没有任何界限的！

老板应是出谋划策的高手 /108

老板应是“万金油” /111

老板不鼠目寸光 /113

老板不墨守成规 /114

老板不怕失败 /115

老板应是冒险家 /116

老板应是“狂人” /117

老板应是“润滑油” /119

老板应“衣冠楚楚” /119

老板在酒宴上应付自如 /122

老板不嫌弃糟糠之妻 /124

成功老板的金钱观 /126

第五章 店铺价格艺术

▲独一无二的产品，才能卖出独一无二的价格

▲价值 10 元的东西，以 20 元卖出，表面上是赚了，却可能赔掉了一个顾客。

▲商品价格是否合理，关键要看顾客能否接受。记住！看顾客的钱袋定价。

▲没有什么东西能比顾客对价格更敏感的了，因为价格即代表他兜里的金钱，要让顾客感受到你只从他兜里掏了很少很少一部分，而非一大把。

▲不要把降价当成促销的法宝，降价只是成千上万种营销手段中的一种。在商战中不知变化，不因时而变、因人而变，不因地制宜、因人制宜，必将被置于死地。

影响商品价格的因素	/129
确定价格目标	/130
定价策略和技巧	/131
价格调整策略	/146
价格折扣策略	/148
相关商品的定价策略	/151
如何使价格具有广告效应	/151

第六章 货物与管理

一个商店经营能否成功，与进货有很大关系。进货太多，存货就相对过多，不仅积压资金，而且可能因销售不畅而亏损。如果进了假冒伪劣产品、不仅造成对消

费者侵害，而且给自己造成不可估量的损失。相反，如果进货太少，很可能造成缺货，失去更多赢利机会。

商品采购	/154
商品运输	/163
商品验收	/167
商品储存	/169
商品盘点	/172
商品损失	/173
怎样识别货色	/176
假冒伪劣产品的鉴别	/190
全国各类批发市场简介	/216

第七章 开店营销策略

▲卖同样东西的商店到处都是，要使顾客上门，就非得有特点不可。

▲不好销的不一定是滞销货。东西滞销，很多时候是营销方式陈旧，而非产品本身过时。

▲你的产品可能是世界上最好的，但是，如果它们不是在顾客需要的地方和时间出现，那么它们就一钱不值了。

▲说服顾客的手段不存在好坏，能使顾客掏钱的说

服就是最好的说服。

▲最能打动顾客的不是商品，而是十分的诚恳。

▲钓鱼需要诱饵，但能否让鱼上钩，除要看鱼儿是否饥饿还要看诱饵是否香美。销售也一样，单纯的赠送犹如一杯无味的开水。

▲不会称赞顾客的店员，绝不是好店员。溢美之辞，只要恰当，定能有效促销。

▲造成顾客歉疚心理，顾客往往会以购买行为作为报偿，以平衡自己的心理。

▲做生意的第一要诀，就是如何使顾客不进别家店而进你家店，而独特性是最刺激顾客欲望的动力。

目 录

推销的四种基本招术 /228

尽快成交八法 /230

五步推销法 /232

顾客购买心理分析 /239

顾客购买心态分析 /243

揣摸顾客有无抗拒心理 /243

怎样应对“太贵了”

或“赚不到钱”的说法 /245

怎样应付“让我考虑一下”的说法 /246

怎样对待犹豫不决的顾客 /247

怎样应对“以前用过，不好”的说法 /249

刺激购买小技巧 /250

巧妙推销滞销产品 /252

促销金点子 /256

第八章 开店经营新术

▲一次奇招制胜，不要认为此招永远是奇招，也不要以为常用的战法，就永远不能达到出奇制胜的效果。

▲生意一到成熟期和兴旺期，往往就是衰退的开始。生意萧条时正是生意机会到来之时。

▲企业经营管理最大的致命伤，不在于行动缓慢，而在于固步自封、一成不变的观念。前者可以补救，后者则无药可治。

▲和尚庙里开发廊，盲人学校卖蜡烛——血本无归。各地市场的消费习俗、消费层次与爱好都不一样，千万不能依葫芦画瓢。

▲比别人先一步思考、创新和构想，这是一种竞争的快乐，但这远远不够。行动高于计划，动手做高于苦思冥想。

异想天开的经营思维 /298

经营意志磨炼 /300

投资的“魔棒” /302

无懈可击的经营原则 /303

防止商业诈骗 /330

第九章 当好店老板

▲人无头不行，鸟无头不飞。既然老板是公司的头，在公司，老板就是权威，他说了算。老板应时时树立自己管理的权威；但权威并非靠盛气凌人，靠大声呵斥，靠利益刺激，靠各种简单的命令来树立。不是讲树立权威不需要这些东西，只不过在于方式方法要有艺术性，要有创新。

▲人的能力不是一成不变的，依其所处的位置，可能能力为十的人做出了二十的实绩，或能力为二十的人只能做到十的实绩。管理者的任务，就在于充分灵活运用每一个人的才干，以一当十，十以当百，产生乘数效应。因此，管理者的任务除了对人的管理，更重要的是对人的才能的管理。

管理艺术 /339

管理谋略 /352

第十章 开好连锁店

▲从来没有一个时期，有这么多如雨后春笋般萌生的店铺；也从来没有一个时期，有这么多如秋风扫落叶般纷纷关闭的店铺。

店铺开起来并不难，而赚钱却太难。成与败就在一念之间。

▲听一位经理侃生意经，说他不怕竞争，竞争越激烈，越能刺激自己去动脑筋占领市场。现代商战，避免竞争几无可能，与其被动地卷入竞争，不如主动地创造竞争，前者毫无把握，后者稳操胜券。信息先知，立足创新，巧于握机，精于权变，把握时效，勇于决断是竞争的六大法宝。

竞争并非硬着头皮上战场，竞争讲究智取而非鲁莽。只退不进自然不会成功，但该退时则应退。投降是完全的失败，求和是一半失败，退却则没有失败，退却意味着争取胜利的转机。

开店前的策划	/361
连锁店的经营策略	/366
网点布局 and 商品选择	/372
连锁店的进货与销售	/376
店堂布置与货物陈列	/378
宣传技巧与商品促销	/380
连锁超市的经营管理	/387
世界著名的连锁店	/389

第十一章 开店实战指导

越是容易进入的行业，越容易被淘汰；越是热门的生意，越容易跌跟斗。生意贵在创新，切忌追风赶潮。做别人想不到的生意，你也许已成功了一半。

爱虚荣、讲气派的顾客，是你真正的财神。不失时机地邀将往往一矢中的。

生意洽谈中如果顾客感到丢了面子，那么再合理的交易都难以成功。记住，给足顾客面子。

饭要一口一口地吃，交易要一步步地做。从小交易变成大交易，从小生意做成大生意。再强健的运动员也不可能一口气登上珠穆朗玛峰，因此，初做生意时一定要脚踏实地。

皮鞋美容院	/394	制作室	/402
指甲美容院	/395	玻璃装饰店	/405
影碟交换店	/397	香肠加工店	/406
视力保健店	/397	电脑时装屋	/406
编织作坊	/398	香水专卖店	/407
彩色人像证卡		床上用品专卖店	/408
制作室	/400	钮扣专卖店	/410
电子影集		礼品回收店	/411

厨具专卖店 /412
水果店 /413
礼品店 /415
室内装饰店 /416
复古怀旧店 /419
书画装裱店 /420
乐器专卖店 /420
儿童眼镜店 /421
服装店 /422
儿童时装店 /426
楼上时装店 /427
服装裁剪缝纫店 /428
女性用品专卖店 /429
时装店 /430
旧衣旧裤店 /432
设计商店 /433
“主题”商店 /434
单身女郎商品
 专卖店 /436
军事迷酒吧 /436
装饰品店 /437
日用品专卖店 /438
胡乱商店 /439
自行车出租店 /440
相机修理店 /441

婚姻介绍所 /442
猎头公司 /443
家具店 /444
足球商店 /451
小五金店 /452
旧家具店 /453
家用电器修理店 /454
手杖店 /454
代销店 /455
盆景店 /456
旧家电业店 /457
中药店 /459
“买不到”商店 /460
“鸳鸯产品”店 /460
女士服饰店 /462
药草专卖店 /463
鲜花店 /463
电脑租赁店 /467
钓具店 /469
假发商店 /470
“健康”食品
 专卖店 /471
小吃店 /473
世界风味小吃店 /474
蛇餐馆 /481