

■ 现代企业管理精要丛书

零售 实战 精要

Lingshoushizhanjingyao

—— 刘志勇◎编著 ——

掌握零售实战技巧，将使你茅塞顿开，拥有更加美好的“钱途”。

RETAIL



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

丛书

零售 实战 精要

Lingshoushizhanjingyao

刘志勇◎编著

RETAIL



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

零售实战精要/刘志勇编著. —北京:中国经济出版社,
2005.1

(现代企业管理精要丛书)

ISBN 7-5017-6184-1

I. 零… II. 刘… III. 零售商业-商业经营-研究-中国 IV. F724.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004) 第 122620 号

出版发行: 中国经济出版社(100037·北京市西城区百万庄北街3号)

网 址: WWW.economyph.com

责任编辑: 伏建全 (电话:010-68319290 fj0424@vip.sina.com)

责任印制: 张江虹

封面设计: 中子画艺术设计

经 销: 各地新华书店

承 印: 北京市人民文学印刷厂

开 本: 880mm×1230mm 1/32 印 张:10.5 字 数:230千字

版 次: 2005年1月第1版 印 次:2005年1月第1次印刷

印 数: 5000册

书 号: ISBN 7-5017-6184-1/F·4966 定 价:25.00元

版权所有 盗版必究 举报电话: 68359418 68319282

服务热线: 68344225 68353507 68341876 68353624

序 言

零售业是一个与人们生活息息相关的行业，人们的衣、食、住、行都离不开它，因此它可以遍地开花，随地生根。

在国外，像沃尔玛、家乐福、7-11 店等这些零售企业已经发展成为一个个商业巨头，如沃尔玛，其在 2002 年就以 2198 亿美元的销售额位列美国《财富》杂志新 500 强企业的榜首。可见，零售业在市场上存在着巨大的商机和发展空间。

而在我国，零售业的发展却远远落后于国外，放眼望去，虽然零售店遍地都是，但成气候的却少之又少。特别是加入 WTO 之后，随着市场的进一步开放，国外零售巨头们带着雄厚的资金、先进的管理技术、丰富的管理经验和优秀的管理人才，迅猛地抢占了我国零售市场，这对于中国零售业来说，无疑是一次巨大的冲击。这样就使本土的零售业发展难上加难。

中国零售业正处在一个急剧变革的时期，这一变革表现在以超级市场和连锁商店为标志的零售业第二、第三次重大变革，以及以电子商务为特征的第四次零售变革；同时，跨国零售集团的进入和全球经济一体



化浪潮也将引起中国零售业发生巨大变化。

这一场深刻的变革是不可回避的事实，任何无视这种变革，拒绝参与为适应这种变革而进行创新的零售业，都将被时代所淘汰。

在企业成长过程中，企业核心竞争力发挥着关键的作用。沃尔玛之所以能获得成功，不是因为它具备的现有规模，而是因为其核心竞争力支撑着它不断扩张。企业只有首先做强，然后才有可能做大。中国零售业的发展应立足于核心能力带来的竞争优势，而不是盲目追求门店规模的外延式扩张，企业只有不断培育和提升自己的核心竞争力，才能在未来的竞争中脱颖而出，获得更大的提升。

编 者

2005 年 1 月

目 录

第一章 开店前的准备 / 1

运筹于帷幄之中，方能决胜千里。没有精心的筹划，没有周密的考虑，没有详细的市场调研，便仓促开店，那无疑是自寻死路。在开店之前需精心设计好每一个环节，并制定一个完善的计划，方能使零售店得以顺利开展。

- ◆ 制定完善的计划 / 2
- ◆ 市场动向要把握 / 4
- ◆ 商圈调查的必要 / 6
- ◆ 申办、注册的诀窍 / 8
- ◆ 降低筹资成本与筹资贷款 / 10
- ◆ 将不利因素纳入规划 / 12
- ◆ 在众中寻求差异 / 15

零售实战精英

- ◆ 合理地整合各种资源 / 18
- ◆ 不要踏入规模的误区 / 21
- ◆ 经营自己的优势 / 23
- ◆ 捕足有利信息 / 25
- ◆ 开店之前的广告战略 / 28

第二章 选择“风水宝地” / 30

选择一块“风水宝地”即选择一个好的店址，能为你带无尽的财富。对零售店店址的选择很重要，假如选择不宜之地开店则有可能给自己带来巨大的损失。

- ◆ 选址应该遵循的原则 / 31
- ◆ 确定店址的技巧 / 34
- ◆ 选址要有远见卓识 / 36
- ◆ 慧眼识宝地 / 38
- ◆ 精心选择商店位置 / 40
- ◆ 专卖店选址之时须慎重 / 43
- ◆ 交通畅才能财源旺 / 45



第三章 让“金字招牌”魅力四射 / 47

提高你的商店形象的含金量，包括店名、店标及外部形象等等，这无疑是你提升竞争力的一个有利条件。打造你的“金字招牌”会为你带来无尽的客源和财富。

- ◆ 决定消费阶层的商店形象 / 48
- ◆ 名字响亮客方多 / 50
- ◆ 个性化的店标 / 52
- ◆ 招牌设计的注意事项 / 54
- ◆ 招牌设计应规避 / 56
- ◆ 制定店标的技巧 / 58
- ◆ 店标设计四法则 / 61
- ◆ 店名字体的性能选择 / 63

第四章 营造卖场 / 65

一个卖场环境的好坏直接影响到顾客的购买欲望。一个好的卖场能吸引源源不断的顾客，而一个不好的卖场却能使人产生望而却步的感觉。对于一个零售店来说，如何营造一个好的卖场直接影响到其是否有好的业绩，甚至是否得以开展正常营业。

- ◆ 用卖场设计吸引顾客 / 66
- ◆ 店面设计 / 68
- ◆ 内部布置 / 70
- ◆ 卖场流动线的安排 / 73
- ◆ 解读零售店装饰色彩 / 76
- ◆ 用音乐刺激顾客的购买欲望 / 78
- ◆ “气味”妙用法 / 81
- ◆ 空间色彩的运用 / 83
- ◆ 出入口设计 / 85

第五章 采、运、存一体化运作 / 88

采、运、存是零售店得以开展的后勤保障，无论哪一个环节出现问题，对零售店来说都是一个沉重的打击。建立有效的采、运、存一体化的运作机制将有利于零售业务的顺利开展。

- ◆ 商品采购 / 89
- ◆ 商品购进的要领 / 91
- ◆ 采购数量的安排 / 94
- ◆ 采购范围的确定 / 97
- ◆ 选择最佳采购方式 / 100
- ◆ 采购成本控制 / 103
- ◆ 新商品开发 / 106
- ◆ 签订采购合同的要诀 / 108
- ◆ 商品运输与运费开支 / 110
- ◆ 商品储存与盘点 / 113
- ◆ 发现商品损失 / 116
- ◆ 减少商品损失 / 119

第六章 商品陈列 / 121

陈列是为了方便顾客选购自己所需的商品，只有优化购物环境以及让顾客对店内的商品一目了然，才能达到将商品尽快售出的效果。陈列同样需要一定的技巧，运用这些技巧能让你的店铺给人一种耳目一新的效果。

- ◆ 整洁为前提 / 122
- ◆ 商品陈列原则 / 124
- ◆ 使商品吸引力倍增的陈列 / 126
- ◆ 使你的商品陈列艺术化 / 129
- ◆ 显而易见商品陈列法 / 131
- ◆ 让顾客情不自禁地想购买 / 133
- ◆ 让顾客觉得特别便宜的商品陈列法 / 135
- ◆ 能够为你吸引顾客的商品陈列技巧 / 137
- ◆ 滞销商品的陈列技巧 / 139
- ◆ 陈列商品的注意事项 / 141

第七章 合理的价格策略 / 144

物美价廉是顾客在购物之时的共同心理。所以，零售店在制定价格之时一定要合理，因为只有价格合理，才能抓牢顾客的心，从而赢得更多的客源和财富。

- ◆ 制定价格的方法 / 145
- ◆ 制定价格的技巧 / 149
- ◆ 灵活的定价策略 / 153
- ◆ 战术定价战略 / 155
- ◆ 定价目标的确定 / 158
- ◆ 商品调价的技巧 / 162
- ◆ 价格定位法则 / 165
- ◆ 顾客价格心理的参考 / 168
- ◆ 数字定价技巧 / 171
- ◆ 错觉与折扣定价法则 / 174

第八章 促销技巧的运用 / 177

抛砖是为了引玉，促销是为了获得更多的财富、更多的客源以及更高的知名度。在当今的零售界中没有哪家零售店不在运用这一营销策略，也正是这一策略为商家带来了丰厚的利润。

- ◆ 促销中的组合策略 / 178
- ◆ 广告媒体的选择 / 181
- ◆ 促销计划应考虑的因素 / 184
- ◆ 进行促销预算 / 187
- ◆ 确定促销方式 / 189
- ◆ 明确促销的宗旨 / 193
- ◆ 创新式促销 / 196
- ◆ 积压品的促销 / 200
- ◆ 促销的网络策略 / 203
- ◆ 促销中存在的误区 / 206

第九章 以人为本 / 209

在整个零售的经营环节中都是通过人来完成整个价值流程的。离开了人，整个零售经营将无法正常运作。在这里，老板与员工的素质、形象及业务技能的好坏直接影响着零售店的声誉与效益。所以，零售经营应以人为本。

- ◆ 人力资源规划 / 210
- ◆ 自然形象的塑造 / 213
- ◆ 零售店售货员应具备的素质 / 217
- ◆ 职业心态的修炼 / 222
- ◆ 挑选员工的技巧 / 226
- ◆ 确定销售人员数目 / 228
- ◆ 安排员工工作时间 / 231
- ◆ 团队精神的促进 / 234

第十章 顾客管理 / 237

顾客同样需要管理，因为这是零售经营中至关重要的外部公共关系，是零售赖以生存和发展的土壤。管理得当，将为你带来无尽的财富；反之，则能将你拖入寸步难行的境地之中。

- ◆ 解读顾客心理 / 238
- ◆ 针对不同顾客制定不同的销售计划 / 241
- ◆ 了解顾客的购物习惯及满足其自豪感 / 245
- ◆ 提高顾客满意度的技巧 / 248
- ◆ 促成快速成交的技巧 / 250
- ◆ 顾客投诉的类型 / 254
- ◆ 对顾客异议的处理 / 257

第十一章 服务至上 / 260

顾客就是上帝,在零售业中没有顾客就是没有财源。服务是零售业吸引客源的至胜法宝,只有优质的服务才能吸引更多的顾客,从而给自己带来财富。为顾客提供最优质的服务,打造自己的“金牌服务”是零售店的第一要务。

- ◆ 读懂你的顾客 / 261
- ◆ 服务标准的设计 / 265
- ◆ 确定服务内容 / 267
- ◆ 创建走出的服务 / 270
- ◆ 服务中的语言技巧 / 274
- ◆ 树立为顾客服务的意识 / 276
- ◆ 介绍商品的技巧 / 278
- ◆ 进行劝说的诀窍 / 281
- ◆ 巧妙把握成交时机 / 283
- ◆ 作业失误的处理 / 285
- ◆ 退换货物的服务技巧 / 288

第十二章 卖场安全攻略 / 290

无论哪行哪业安全均为第一要素。安全对于零售业来说就是其应有的财富保障，没有安全保障，零售经营将面临很大的隐患。

- ◆ 正确面对不良行为 / 291
- ◆ 正确面对顾客的取闹行为 / 294
- ◆ 抢劫与诈骗行为 / 296
- ◆ 建立有效的安全制度 / 299
- ◆ 发生火灾的处理 / 302
- ◆ 零售店内盗的防范及处理 / 304
- ◆ 减少内盗的措施 / 307
- ◆ 有效利用电子防盗系统 / 309