

营销新概念

展示全新的店铺经营方案与对策

24小时店的店铺设置、店内高负荷的工作

订货决定着便利店的营业额、新商品成什么样子了、如何做便利店店长

支持便利店运营的督导工作、使便利店运转的物流、以独特的经营方式和便利性吸引着广大的消费者

24小时店经营

〔日〕 竹内 稔 著

陈 刚 张晓东 译

NEW



科学出版社

www.sciencep.com

营销新概念系列

24 小时店经营

〔日〕竹内 稔 著
陈 刚 张晓东 译

科学出版社
北 京

图字: 01-2005-4939 号

内 容 简 介

“营销新概念”系列主要从营销的新视角出发,介绍了几种全新的店面经营方式,旨在为大家提供一种全新的营销理念和思考处理问题的方式,并为指导营销人员具体的实战方式和管理方式提出了行之有效的建议。

本书为该系列之一。它讲述时下非常流行的24小时店的经营方式。这是一种全天24小时营业的便利店。它以独特的经营方式和便利性吸引着广大的消费者。本书介绍了24小时店的店铺设置、店内高负荷的工作、订货决定着便利店的营业额、新商品成什么样子了、如何做便利店店长、支持便利店运营的督导工作、不为人知的总部任务、使便利店运转的物流、应对竞争店的对策、作为一项产业的便利店。本书通过文字配图的形式为这种“店铺”的经营提出了许多很好的建议与对策。

本书适合营销人员、店铺管理人员,以及个体经营者阅读,同时也可做为市场营销专业学生的参考读物。

图书在版编目(CIP)数据

24小时店经营/(日)竹内 稔著;陈刚,张晓东译. —北京:
科学出版社,2005

(营销新概念系列)

ISBN 7-03-015608-0

I. 2… II. ①竹… ②陈… ③张… III. 商店-商业经营
IV. F717

中国版本图书馆CIP数据核字(2005)第052978号

责任编辑:张丽娜 赵丽艳 / 责任制作:魏 谨

责任印制:刘士平 / 封面设计:张新勇

北京东方科龙图文有限公司 制作

<http://www.okbook.com.cn>

科学出版社出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

海海印刷有限责任公司 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2005年10月第 一 版 开本:A5(890×1240)

2005年10月第一次印刷 印张:8

印数:1—5 000 字数:114 000

定 价:24.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换(环伟))

KONBINI NO SHIGOTO GA MIERU ZUKAN

By Minoru Takeuchi

Copyright © 2003 by Minoru Takeuchi

Illustrations © 2003 by Ted Takahashi

All rights reserved

Original Japanese edition published by Nippon Jitsugyo Publishing Co., Ltd.

Simplified Chinese translation rights arranged with Minoru Takeuchi

Through Japan Foreign-Rights Centre

コンビニの仕事が見える図鑑

竹内 稔 日本実業出版社 2005

著者简介

竹内 稔

1968年生于(日本)新潟县。在上大学时,做过一般职员、店铺经理、店长代理、新开张店铺的指导员以及总部干部的业务指导。对便当的生产、配送以及与便利店有关的所有业务都有丰富的经验。1994年设立了主要从事店铺运营代理、业绩不良店再建等业务的“power house公司”。到目前为止已经使数十家店铺营业额实现了增加,并创立了在独自战略经营论基础上增加营业额的方法,所有这些都源于他丰富的实践经验。他还参加了东京有线电视台举办的“第一届全国便利店选手大奖赛”并获得了冠军。在此之后,他做过电视台、广播电台的评论员,做过一些有关商品开发的讲座并写过一些与此有关的文章等,另外还积极地参加各种社会活动。主要著作有《便利店店长之书》(商业界)、《称霸便利店指南》、《data house》。

前 言

1974年5月,日本的第一家便利店在江东区的丰洲开业。在此之后的短短30年间,全国便利店的总数已经远远超过4万家,而且还呈现出继续增加的趋势,现已形成每3000人就有一家便利店的态势。而且所有便利店的总营业额每年已经高达7万亿日元。也就是说,国民平均每人每年在便利店要消费6万日元。从包括超市、百货商店和家电专卖店在内的整个零售行业来看,作为便利店龙头老大的7-ELEVEN,在1997年里总公司伊藤荣堂的营业额同样也有所增加,其零售业的年经营收入首次突破1000亿日元。我们不知道这种趋势何时会停下来,但现在,其营业额已经远远超过了长久以来作为零售业代名词的大荣和ION的营业额,可以说从那时起7-ELEVEN已经成为小商业界的龙头企业。不仅只是7-ELEVEN,处于便利店行业第二位的劳森也排在零售业界的第5位,处于便利店业第三位的Family Mart也排在零售业界的第7位。即使是7-ELEVEN店,也正是因为有其他同行业公司存在,所以才有如今的地位。这么说一点也不为过。



便利店不断发展和成长的原因是它们全年无休息日,且24小时营业,可以称为时间上的便利;齐全的生活必需品,可以称为商品上的便利;还有就是离消费者聚集区较近,可以称为地理位置上的便利。可以说正是因为这三方面的“便利”,才成就了它们今天的业绩。虽然为了支撑庞大的便利店系统就需要对其基础设施进行保养,但这也正是各连锁便利店总部和加盟店牢牢地抓住顾客的生活方式,为顺应顾客需求不断努力的结果。

本书尽量将与便利店有关的人物内容以插图的形式进行表述,以便读者轻松地理解,在便利店的发展过程中为了抓住顾客的需求在设计上所下的工夫,并从一些鲜为人知的小事入手,充分地进行分析。本书对于想介入便利店行业的人士和已经从事这一行业的人士所起的帮助作用自然不用多说,而且书中所载的各种信息也可供从事其他行业的人士参考。

但是由于限制放宽后,超市营业时间的延长以及药铺和外卖行业的迅猛攻势,使得便利店与其他行业的激烈竞争不可避免。此外,由于现在各行各业都有快餐业务,所以,这种“只有便利店才有的独家经营权”的时代已经一去不复返了。因此,今后的便利店会向什么方向发展,其中的奥秘还是在便利店本身。

如果通过阅读本书能让您学到高效应对顾客的秘诀,





或者能够为您今后的商业活动有所帮助的话,我将备感欣慰,同时这也是对我最大的回报。

著 者



目 录

第 1 章 店内设置

- 1 便利店信息的切入点、POS 收银台 3
- 2 超市计算机——店铺信息管理的有效工具 7
- 3 诱导冲动购物的店内配置窍门 11
- 4 店铺设备各有用途 16
- 5 便利店内商品的构成 21

第 2 章 店内高负荷的工作

- 1 便利店是接待客人的行业！ 29
- 2 便利店要一直保持清洁、干净、整齐 34
- 3 无论如何都要处理废弃商品 39
- 4 商品齐全、面向顾客，更便于取放 43
- 5 柜台设计秘诀谈 48
- 6 防抢劫措施 52
- 7 减少偷盗有窍门 57
- 8 不可轻视本性险恶的家贼 62
- 9 平息抱怨，始于道歉 66

第3章 订货左右便利店的营业额

- 1 订货显示店长本领 73
- 2 提高便利店存在价值的新商品 78
- 3 便利店里必不可缺的固定商品 82
- 4 如果店里没有就会令人失望的不可替代的商品 ... 86
- 5 找出卖不动的商品,可以改变营业额 91

第4章 了解便利店店头工作

- 1 清算和汇款是便利店的义务 99
- 2 高效使用店员的工作计划表 104
- 3 准确进行退货处理工作 109
- 4 成功招聘的重点 114
- 5 店员教育要点谈 119

第5章 如何做便利店店长

- 1 便利店店长的职责 127
- 2 FC店长和直营店长的区别 131
- 3 独立开业前的艰辛道路 135
- 4 如何判断加盟费 139



第6章 支持店铺运营的督导工作

- 1 连接总店与分店的督导工作 147
- 2 这样的督导不行 152
- 3 说服店长有奇招 156
- 4 听一听督导的真心话 160

第7章 不为人知的总部工作

- 1 亲自动手开设新店 167
- 2 店铺的关闭 172
- 3 开发代表便利店“脸面”的商品 177
- 4 考虑商品齐全和开展销售的商品部 181
- 5 这样的工作也支撑便利店 185

第8章 便利店的物流工作

- 1 根据订单节约生产 193
- 2 少订量送货的内幕 198
- 3 根据温度差异合理配送 203
- 4 夜间集中配送 207

第9章 一针见血！对竞争店的对策

- 1 在附近出现了竞争对手 215





2 如何对抗开始深夜营业的外来竞争者	
——超市	222
3 成长显著的药店	226

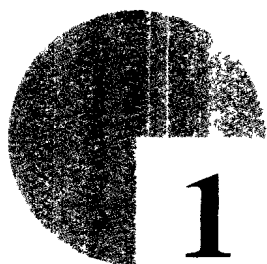
第 10 章 作为一项产业的便利店产业界

译者跋	239
-----------	-----



第 1 章

店内设置



1 便利店信息的切入点、POS收银台

在支撑便利店经营的各种主要信息系统中,发挥根本作用的要数 POS 收银台。今天看起来也许 POS 收银台已经是大家司空见惯的东西了,但是在引进 POS 收银台前后的情形却是截然不同。

那么什么是 POS 呢?

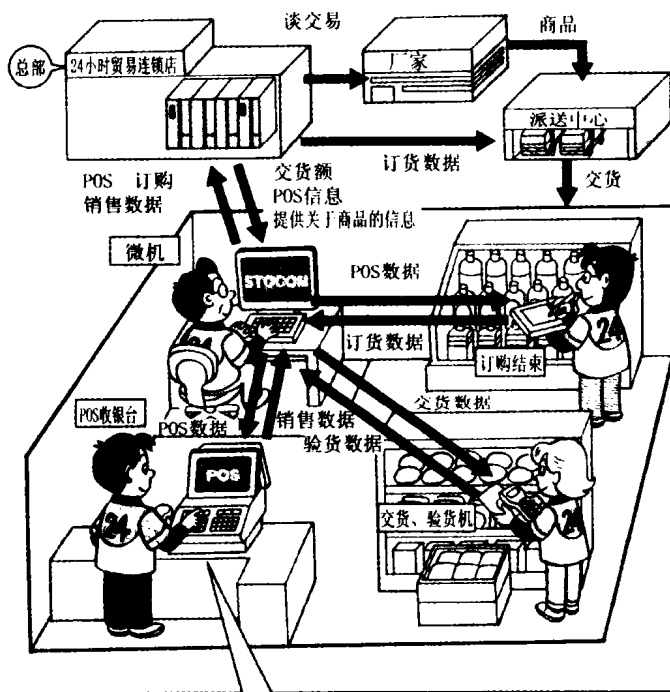
POS 是 Point of Sales 这个词的首字母缩写,它的意思是“销售时间管理”;具体来说,就是包括谁,什么时间,购买了何种商品,数量是多少等方面的信息。它按真实时间收集信息,是管理店铺运行经营的一个系统。这种 POS 系统是由 POS 收银台、商店计算机和订货终端装置共同构成的。各店铺根据 POS 系统收集来的资料去订货,当然就非常有针对性了。而且总部通过它也收集到了各个加盟店的详细资料,通过分析这个庞大的信息库,便可有效地组织商品的开发或促销活动。

POS 收银台的功能

在 POS 系统中,POS 收银台发挥着



◎POS收银台是信息的入口



◎POS收银台

POS收银台的功能



一般功能

- 1 商品扫描(会计)
- 2 代收公共费用
- 3 各公司信用支付
- 4 DPE、信件受理
- 5 各种票、券发售时的支付
- 6 游戏软件、名信片等的预约受理等

严格性功能

- 1 废弃物处理
- 2 经费处理(消耗品、福利抚恤等)
- 3 各公司信用支付
- 4 邮票、复印终端机等营业额
- 5 处理退货
- 6 结算营业额等





信息收集入口的功能,通过读取商品的条形码,就可以知道在商店何时售出了何类商品及其销售数量。最后工作人员按下一个叫做顾客群体的按钮,然后输入不同顾客所购买的商品。根据各个连锁店不同的 POS 系统,客户按钮被分为了几种不同的类型。按性别进行划分是连锁店常见的手法,但是也有按年龄段划分的方法,即有分为儿童、青年、成年的连锁店和分为 10~20 岁、20~30 岁和 30~40 岁几个年龄段的连锁店。

因为这个按钮是顾客在便利店购物结束时,工作人员最后按下的,所以在结账的时候,只要你稍加留心就能注意到工作人员到底把自己分到了哪一类型。因为商品的条形码要被读取,所以店方可以准确无误地掌握其销售信息。但是,客户分类就不一样了,由于顾客群体按钮最终是靠人工输入的,所以所收集的信息并非完全准确。然而,在各店铺连顾客的年龄资料都分析的情况却并不多,而且连锁店总店调用资料时,由于资料量非常庞大,因此积累的资料大体上没有问题。

POS 收银台还有这样的功能

虽然 POS 收银台是通过商品的结算业务来收集时间信息的,但实际情况也并非完全如此。POS 收银台由于



内幕事件

为什么夜间顾客都是孩子

有一天,店长正要分析来客的年龄段时,却发现不知为什么有那么多的“孩子”。有疑问的店长通过进一步调查得知,周一、周三、周五的22点到第二天早晨8点全都是“孩子”。问了在这一时间段值勤的工作人员后,才得知是因为“那个按钮最容易按”。



能读取商品的条形码,所以在登录处理废弃商品的时候也能发挥作用,由此商品的最终状态,全部都可以通过资

日本制条形码

它是在一般商品上印刷的用于计算机识别的条形码系统。该系统是依据1978年制定的日本工业规则(JIS)所公布实施的。每一个条形码由三部分组成,其中第一部分的数字表示国别(日本产商品为45~49);第二部分数字由第三到第十二位数字组成,其中第三到第七位数字表示产品的制造商,第八到第十二位数字表示生产原料信息;最后一组数字也就是条码的第十二位数字为检验码(专为预防数字的输入错误而设)。

料显示出来。进而通过把这个数据同商品进入店铺时的库存资料进行对照,不仅可以知道商品的信息,也可以知道柜台的情况,何时有多少库存,能卖多少,店铺的剩余量,如果能卖完,什么时候才能卖完,所有的信息都可以将 POS 收银台作为切入点来进行管理。

