

如何开一家

成功开店
第一手资料

赚钱的 便利店

开店赚钱乐翻天

萧野☆编著

一个好的行业首先应该比较好的增长率，也就是说这个行业的整体前景十分看好。有好的前景就要求个人的努力比较少，成功也比较容易。

中国纺织出版社

萧野☆编著

如何开一家

成功开店
第一手资料

赚钱的 便利店

开店赚钱乐翻天

中国纺织出版社

图书在版编目(CIP)数据

如何开一家赚钱的便利店/萧野编著. —北京:中国
纺织出版社,2006.3

ISBN 7-5064-3713-9

I. 如… II. 萧… III. 零售商店-商业经营
IV. F713.32

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第000656号

责任编辑:苏广贵 特约编辑:黄晓虹
责任印制:刘 强

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027

邮购电话:010-64168110 传真:010-64168231

<http://www.c-textilep.com>

E-mail:faxing@c-textilep.com

北京世纪雨田印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

2006年3月第1版第1次印刷

开本:640×960 1/16 印张:23.25

字数:285千字 印数:1—6000 定价:32.00元

ISBN 7-5064-3713-9/F·0661

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社市场营销部调换

前言

自己当老板,是很多人的梦想!毕竟人生活在这个竞争的物质社会中,都想拥有一份自己觉得安全的、收益丰厚的、长期的事业,自主创业、自己当老板是个比较好的选择。但对一个没有很好的家庭背景,且出身贫寒,智商和情商都很一般的人来说,如何去自主创业、自己当老板呢?

首先创业必须选对行业,如果选了一个增长缓慢,甚至衰退的行业,即使自己多有能耐,创业也很难成功。一个好的行业首先应该比较好的增长率,也就是说这个行业的整体前景十分看好。有好的前景就要求个人的努力比较少,成功也比较容易。有的人过于相信自己的能力和过于理想化,认为自己即使进入一个前景暗淡的行业一样能大有所为。其实即使这个人的能力很强,但要想获得成功也并不是一件很容易的事情。创业要想获得成功必须具备两个前提:一是做正确的事情,二是正确地做事情。一个人十分勤奋努力,充分挖掘自己的潜力来做事情只是正确地做事情的一个方面,而选择好的行业才是做正确的事情。

有一个行业比较适合创业,那就是便利店行业。之所以说这个行业很适合创业,一来它的门槛比较低,并不需要太多的资金投入;二来它对人的要求并不是太高,不需要有特别高的专业知识;三来它确实是个正在快速增长的行业,这种行业最适合创业。便利店行业在发达国家市场已经形成相当大的规模,而且方兴未艾,的确是可以有一番作为的行业。

做任何一份事业,有三个基本要素必须确定:项目、资金和人脉。

在项目上,我国便利店行业发展前景十分看好,且便利店行业利润率比较高。同时便利店行业进入的门槛并不是太高,发达国家的众多便利店巨头十分看好中国市场,都纷纷扶持一些中国的创业者加盟连锁,

这是难得的创业机会。此外便利店生命力比较顽强,生活在百货和超市很难渗透的时空。

在资金上,便利店所需要的资金量并不大,也适合个体进行创业。而且便利店的融资渠道比较多,现在风险投资也开始向便利店投资,种种情形表明,资金的筹集不会成为便利店经营很大的障碍。资金的使用虽然不是便利店经营的最重要因素,但一定是便利店经营的最根本因素,这一因素需要得到妥善解决,其基本思路是开源节流。

在人脉上,便利店对人的要求并不是太高,没有多少技术门槛,对人的知识互补性要求也不是太大,这也比较适合自主创业的重要因素之一,同时便利店对团队的要求也不是太高。但是便利店经营团队的建立是必须的,一个好的团队往往是一项伟大事业的开始。如果便利店能够进一步发展壮大,那么到最后经营者会发现对于便利店经营来说,最重要的居然是团队因素。经营者需要牢记,并不是一帮人混在一起就是一个团队了,那些叫乌合之众,团队必须经过精心设计,而且有一定的组织结构,能够高效率运转,这是基本条件。

另外,如果是加盟国际巨头的便利店事业,往往可以获得采购、管理和营销全方位的培训,而且能得到经营指导。很多时候,这些对创业者的价值远远高于利润本身。但是加盟国际巨头的便利店事业往往需要很多的资金,其进入门槛也相当高,经营者需要结合自己的实际做个准确的判断,而不要盲目进入。

最后需要说明的是,便利店是大有可为的,便利店知识的系统学习是必须的,没有便利店知识的系统化很难有好的经营。传播实用的便利店知识正是本书的目的所在。

编者

2005年12月

CONTENTS

目 录

第一章 获取开便利店所需要的资金	1
资金或许不是最重要的,但资金却很根本	1
确定你所需要的资金	3
获取资金的渠道	4
筹措资金的个人条件	6
自我积累发展	7
从政府和新闻媒体找机会	9
向风险投资寻求帮助	11
风险投资家所青睐的经营者	12
如何获得风险投资	14
不可缺少的工具:商业计划书	19
商业计划书的写作要点	22
依靠大公司连锁经营和接手破产企业	25
选择适合自己的贷款	26
便利店投资省钱窍门	28

	其他获取资金的方法	30
第二章	如何为你的便利店选择合适的地址和装饰装修	31
	商圈,选址中最为关键的因素	31
	开店从商圈调查开始	32
	开店选址的基本意识	34
	开店选址的良策	35
	开店选址的黄金法则	36
	看看快餐店是如何选址的	37
	开店选址主要因素调查	39
	开店选址不可忽略的细节	40
	便利店色彩选择	41
	背景音乐	43
	便利店的店面设计	44
第三章	便利店的产品选择、陈列和管理	47
	产品组合的基本原则	47
	ABC管理法	49
	如何寻找好的产品供应商	50
	商品采购谈判	51
	便利店商品的陈列	53

产品陈列差异化和注意点	55
便利店产品管理	56
如何培养畅销商品	58
新商品定价方法	60
心理定价法	61
物流配送策略	62
第四章 便利店经营管理	65
如何招聘员工	65
店员培训的基本内容	66
特许经营的基本知识	68
便利店加盟	70
连锁加盟成功的基本要素	71
便利店资金短缺和对策	72
顾客选择离开的三个理由	74
稳定你的顾客	75
促销中的误区	76
对待顾客的基本原则	79
化解顾客的愤怒	81
跟顾客说话的技巧	84

吸引回头客的策略	88
第五章 变化万千的营销和管理手法	91
出名用怪招	91
要想取得,首先给予	93
生意兴隆的秘诀	94
学会在稀少上做文章	95
要学会顺应时代潮流	96
能舍则舍,不要过多追究	97
常用促销方法	98
用热情和活力从事销售	100
耐心,尊重挑剔的顾客	102
市场开拓一定要造势	103
便利店的利润和撤退	104
培养和谐的企业文化和严格遵守规章制度	106
关注你的竞争对手	107
关于资源配备和借助外脑	109
第六章 经营你的便利店团队	113
石工匠运斧的故事	113
创业团队的力量	114

创业团队如何经久不散	116
为团队设定目标	117
分解目标	121
激发团队成员的潜能	123
培养团队的成功意识	125
让员工熟悉产品知识	127
提请员工注意服装仪表	129
让员工了解成交方法	130
培养员工传达对顾客的真诚和尊重	134
建立激情燃烧的团队文化	136
运用批评和赞扬进行控制	139
不必事必躬亲	140
团队是如何散伙的	142
第七章 便利店的基本营销知识普及	145
营销观念的演变	145
消费者行为	147
购买行为过程	150
影响消费者行为的因素和消费者态度	156
品牌的基本知识	162

产品生命周期和波士顿矩阵 170

促销和促销组合 174

广告推广的基本常识 175

公共关系推广 182

新闻舆论推广 186

细分市场的基本知识 188

实用营销分析工具 191

实用评估分析工具 194

第八章 便利店管理者的必备素质 197

必须具备的管理知识 197

举大德,赦小过 200

懂得人性和激励理论 202

注意管理道德 205

完善的心理状态 209

运用非权力影响力 216

培养良好性格 219

规范管理风格 222

提高自己的教养 227

注意说话技巧 229

增强心理适应能力	234
生于忧患,死于安乐	236
思路决定出路,思想决定成功	239
学会和别人竞争	242
学会与人沟通	245
第九章 如何建立和维护便利店品牌形象	249
便利店的知名度	249
如何获得便利店的知名度	254
便利店的美誉度	258
如何获得便利店的美誉度	263
便利店的忠诚度	265
如何获得便利店的忠诚度	269
给便利店一个十分明确的定位	271
便利店品牌识别系统	274
给你的便利店取个好名字	276
便利店标志设计	279
品牌标志的种类	280
销售推广品牌	283
品牌更新和改进	286

	危机管理	287
	不可不提的竞争策略	290
	便利店经营陷阱和基本建议	292
第十章	便利店经营思想谋略	295
	便利店经营计与谋	295
	商业秘密和出奇制胜	297
	低调处世和寻求最广泛的联合	298
	学会适应环境和仔细观察机会	300
	市场调查和迅速行动	301
	控制资源和先人一着	303
	谨慎行动和注意防守	304
	控制利害和不要得罪顾客	306
	积极进取和发挥团队的力量	307
	危机意识和消耗对手的实力	309
	骄兵必败和知耻而后勇	310
	市场的进攻与退却	312
	市场进攻的缓与急	313
	专业运作和多元化经营	315
	对员工的激励	316

第十一章 世界便利店经营	319
美国便利店经营	319
德国加油站便利店	320
日本便利店经营	322
台湾省便利店经营	324
便利店经营之神——吉姆·凯斯	325
成功便利店经营的典范——日本7-11	326
7-11 的选址要求	328
对加盟者的把关	330
店铺开发管理	331
7-11 的物流	333
7-11 的特许制度	334
7-11 的扩张	336
7-11 的员工管理	338
第十二章 附录	341
案例一:7-11 便利店依靠科技提供便利	341
案例二:OK 便利店的成功崛起之道	346
案例三:台湾省统一超商便利店的经营之道	349
案例四:可的便利店的探索、模仿、学习之路	352

第一章 获取开便利店 所需要的资金

开便利店,资金或许不是最重要的,但一定是最根本的。

资金或许不是最重要的,但资金却很根本

资本,几百年来经济的主导力量,在今天依然发挥着极其重要的作用。在市场经济发展到今天,虽然很多非物质性要素都占有很重要的地位,但毫无疑问资本的因素是占主导地位的,它依然控制着整个经济的发展趋势。

从生产要素角度来说,资本是经济的主导力量,没有资本的介入,整个经济就是无源之水,无本之木。在过去几百年中,资本是唯一掌握主导地位的要害。资本是值得崇尚的,这种崇尚不是拜金主义,而是充分重视资本的地位,利用好资本为经济发展服务,为企业创富服务。

对于便利店经营来说,也许最重要的是管理团队或者地理位置,这些决定了一家便利店能否好好地经营下去,但最根本的却始终是资金,也就是便利店经营的资本。

便利店经营者对资本的把握应该遵循以下五个原则:

原则一:必须有充足的启动资金。便利店必须有启动资金,这部分资金可以是自有的,也可以是借贷的,但最好是有部分能够是自有的,这样经营者往往更加珍惜这笔资金的投入。一般来说便利店的自有资金并不是所有的商品进价加上店铺租金和人力成本的总和,对于很多产品

可以采取代理或者赊销,这样可以把产品的销售风险转嫁给生产企业,另外也可以控制现金支出。如今很多产品的生产企业过多,这就给了便利店这样的渠道商很大的谈判筹码,可以促使生产企业采取代理或赊销政策,即使付现金,也可以只先交一部分,等到过几个月再交剩下的部分。

原则二:有能维持两三个月经营的资金。做最好的打算,做最坏的准备。如果两三个月便利店没有任何现金入账,便利店能否经营得下去?这是经营者必须考虑的,也是必须保证的。两三个月没有任何现金入账的情况肯定很少出现,但同时有些产品支出往往是经营者没有考虑到的,因此应该有能维持两三个月经营的现金。另外,消费者购买习惯的改变不是一天两天能成型的,经营者也应该有充足的现金维持到消费者改变消费习惯。如果真的出现两三个月没有任何现金进账,那要么是便利店定位和宣传有问题,要么就是营业场所的位置出现了很大问题。

原则三:盯紧现金流,严格控制现金支出。无论产品销售如何,对于任何企业来说,能够维持生存的都是现金流,对于便利店来说同样如此。如果便利店经营状况很好,但是现金流控制不好,收入不及各种固定投资,那么现金流断流的时候就是便利店关门的时候。如果便利店经营状况不好,但是能够控制好现金流,支出很少,收入能够弥补,那么这个便利店也能继续经营下去。

原则四:注意现金回笼,不要有太多的应收账款。没收到账的钱,永远都不能算是便利店的赢利,便利店控制现金流,就要注意及时回笼现金,不要有太多的应收账款。应收账款的催收工作应紧张有序地进行,因为你永远都不知道你的债户什么时候就破产关门了。

原则五:开源节流。开源节流是便利店资本使用的最根本原则,要注意多开辟生财之道,把便利店能够经营的产品或服务作个选择,选择那些利润率比较高的产品或服务。同时还要注意控制现金的支出,尤其是创业之初,一定要注意节约为本。

确定你所需要的资金

对个人来说,开便利店往往需要投入很大的资金,假使投资开店失败,其损失非常巨大,因此必须对资金需求进行评估。主要考虑以下因素。

1. 便利店的规模是否适当

便利店的面积,基本上是以消费者需求、店铺操作、竞争环境做依据,再配合商品组合计划来规划其的基本规模。便利店的顾客一般是每日购买生活必需品的人群,包括食品和饮料,因此经营者可以根据便利店所在位置周围辐射范围内的每日购物顾客人数及购买力等情况,来确定便利店的规模。在确定便利店规模的时候,最好是采取七分稳健、三分积极的方式,以稳健为主,规模不要过大,不要对市场评估过于乐观。

2. 对资金计划的模拟

一般来说,便利店的资金投入主要有以下几个方面:

首先是预定场所的成本,租金费用。即使是自有店铺,也要学会将店铺作为固定资产来做折旧。

其次是便利店内部装潢、杂项设备、备品等的费用。这类费用可以和一些企业互换资源,比如为这些企业做购买点广告,以便能够吸引这些企业为便利店承担这部分产品的费用。

再次是资金计划中应该设定如何取得调度资金。任何资金的取得都需要成本的,都不会平白无故地获得。在资金计划中一定要将这项作为考虑内容。

然后营业额计划以销售额预估值为基础,预估开店后各月份的销售