

CHUANGJIANWANGPUDEMIJUE

开店必读

—— 创建旺铺的秘诀

生动实用的开店谋划点子

脱胎换骨的开店生意理念

出奇制胜的开店经营战术

独具特色的开店营销高招

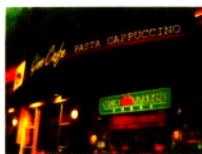
别具一格的开店引客诀窍

- 为你寻找金口岸
- 突破开店销售难关
- 创造与众不同的特色
- 顾客盈门生意兴隆之道

汪敬东 编

开家店不难，懂点经营常识不难，赚一点钱也不难。但如何在激烈竞争的市场中打出自己的招牌，创出自己的特色，如何在消费疲软的时候生意兴隆，则非易事。本书独到、全面的分析定会给你崭新的启发。

兵器工业出版社





CHUANGJIANWANGPUDEMIJUE

开店必读

—— 创建旺铺的秘诀

汪敬东 编

兵器工业出版社

PDF

内 容 简 介

本书对开店涉及的各个方面均作了独特而富有创意的介绍:店铺口岸选择技巧;开店资金不足的解决办法;如何租房、装修;如何申办执照、上税;商品采、运、储、销学问;开店服务引客艺术;连锁店开办策略;店铺财务管理、人员管理及经营诀窍。

在下岗人员越来越多的今天,该书无疑会对他们的创业指引一个方向;对正在开店的经营来说,则更是锦上添花。

图书在版编目(CIP)数据

开店必读:创建旺铺的秘诀/汪敬东编. —北京:兵器工业出版社,2000.11

ISBN 7-80132-868-X

I. 开… II. 汪… III. 商店—商业经营—基本知识
IV. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 76608 号

出版发行:兵器工业出版社
责任编辑:常小虹
社 址:100089 北京市海淀区车道沟 10 号
经 销:各地新华书店
印 刷:四川南方印务有限公司
版 次:2000 年 11 月第 1 版第 1 次印刷
印 数:1-2000

封面设计:程永福
责任校对:汪建川
责任印制:王京华
开 本:850×1168 1/32
印 张:16.125
字 数:380 千字
定 价:23.80 元

(版权所有 翻印必究 印装有误 负责调换)

前 言

从来没有一个时期,人们对“大海”像今天这样越来越强烈地想“亲近”;从来没有一个时期,有这么多如雨后春笋般萌出的店铺;从来没有一个时期,有这么多的生意人在商海中沉沉浮浮。时代在变,人们的观念也在飞变。

开店已成为当今的热门话题,许多人都曾经想过或正在策划开一间属于自己的店铺。

但开店并非你想象的那么简单。不要认为有一笔资金,找一个口岸,再把房屋装修一下,生意就会成功了。事实并非如此。无论是口岸的选择、店铺的设计、资金的筹集,还是商品的采购、鉴别、营销,开店的具体谋划和操作,都大有学问。

每一个开店的老板,都希望自己的店铺永远顾客如云,人如潮涌,实际上这并非不可能。只是“天时,地利,人和”都不可少。“天时”讲大环境和机遇,“地利”讲位置、口岸,而“人和”则要看你如何经营了。

相信本书能给你开店带来实实在在的帮助!

编 者

2000年10月

第一章 开店筹备与策划

目 录

我们经常会发现，有些经营规模较小的店主，往往会避开经营场所较多的地方，而把自己的商店开设在较为偏僻的地方，使自己不至于在竞争中胳膊斗不赢大腿。事实上，经营场所多的地带，正是商业繁荣的地方，这里顾客云集，商品的吞吐量有如风卷残云。而偏僻的地方，即使竞争的对手少，可是没有顾客，我们把商品卖给谁呢？所以，要想有理想的经营效果，就应该把自己的商店尽量往繁华地带挤。至于人家的规模比自己大，我们也不必担心。小规模自有小规模的好处，我们可以在商品的“奇”和“精”上下功夫。小商店要想在大商店的夹挤下生存和发展，只有在经营的花样上与众不同，才是较好的选择。譬如，我们可以开专卖店。虽然我们在品种的数量上比不过人家，但是，我们可以就某一方面的商品做到应有尽有，比同类的大商店的品种还要齐全。

第一节 开店预测和分析 (2)

- 一、百货商店已显拥挤 (2)
- 二、专业商店有生意可做 (2)
- 三、杂货店稳赚 (2)

第二节	开何种店	(3)
第三节	开店定位	(5)
第四节	店址为经营之本	(6)
一、	首选繁华地段	(8)
二、	批发生意应选在成行成市的地方	(8)
三、	零售生意应选人口稠密和交通 方便的地方	(9)
四、	选择临街铺面	(9)
五、	选择场地需考虑仓储因素	(10)
六、	好口岸，看准了就需要果断下手	(10)
第五节	口岸判断与选择	(10)
一、	繁华地段不一定是好口岸	(10)
二、	好口岸就不要怕高租金	(11)
三、	好口岸和差口岸的转换	(12)
四、	同行密集的地方是好口岸	(12)
五、	好口岸应具备的条件	(14)
六、	选择口岸小技巧	(15)
七、	选择开店的最佳区域	(16)
八、	具体开店地址的确定	(18)
九、	怎样选择街道铺面	(19)
十、	开店不宜选址的区域	(20)
十一、	在小巷内开店	(21)
十二、	在居民区开店	(22)
十三、	在车站附近开店	(23)
十四、	在学校附近开店	(23)
十五、	在办公区开店	(24)

十六、在大型百货商场附近开店	(25)
十七、在大型百货商场附近开店	(26)
第六节 开店资金的筹备	(27)
一、自己积蓄一点	(27)
二、合作伙伴提供一点	(28)
三、开业初期精打细算点	(29)
四、银行贷款一点	(30)
五、筹资成本降低一点	(31)
第七节 如何租房	(32)
一、如何签租房合同	(32)
二、租房合同范例	(32)
三、租房时要注意的问题	(35)
四、接手转租店要多调查	(35)
五、接手转租店会降低较大成本	(36)
第八节 如何办理开业手续	(37)
一、个体工商户如何申请开业登记	(37)
二、企业法人如何申请开业登记	(39)
三、公司怎样登记注册	(40)
四、私营企业申请开业登记应准备哪些材料	(41)
五、个体工商户怎样办理税务登记	(43)
六、个体工商户税款征收方式	(43)
七、开立账户要具备哪些条件, 需要 哪些手续	(44)
八、办理支票结算有哪些规定和程序	(47)

第二章 店铺形象设计

目 录

●店面的设计必须符合自身的行业特点，从外观和风格上要反映出商店的经营特色。

●要符合主要客户的“口味”。

●店面的装潢要充分考虑与原建筑风格及周围店面是否协调，“个别”虽然抢眼，一旦使消费者觉得“粗俗”，就会失去信赖。

●店面装饰要简洁，宁可“不足”，不能“过分”，不宜采用过多的线条分割和色彩渲染，免去任何过多的装饰，不要让客户感到“太累”。

●店面的色彩要统一谐调，不宜采用任何生硬的强烈的对比。

●招牌上字体大小要适宜，过分粗大会使招牌显得太挤，容易破坏整体布局，可通过补底色来突出店名。店名要简明易懂，上口易记，除特殊需要外不要使用狂草或外文字母。

●店外的灯箱、布告板、宣传栏要遵守交通法规或城管条例。

●如果疏忽了对商品特点的展示，即使再好的商品也会遭到冷遇。使顾客显而易见地看出每件商品的特色，是十分重要的陈列技巧。

第一节 店铺装璜技巧	(50)
一、如何选择装饰材料	(52)
二、招牌设计	(54)
三、店门设计	(56)
四、橱窗设计	(57)
五、货柜货架设计	(58)
六、天花板设计	(60)
七、墙壁设计	(61)
八、地板设计	(62)
九、灯光设计	(63)
十、色彩设计	(65)
十一、声音设计	(66)
十二、动感设计	(67)
第二节 商品展示的技巧	(68)
一、刺激视觉	(69)
二、刺激听觉	(70)
三、刺激嗅觉	(70)
四、刺激味觉	(71)
五、刺激触觉	(71)
第三节 商品包装技巧	(72)
一、包装错觉	(72)
二、注重色彩	(73)
三、改进包装法	(75)
第四节 商店命名的技巧	(76)

第五节 怎样真正搞懂“装修” (77)

第三章 开店生意诀窍

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的。

- 一、敢于第一个吃螃蟹 (81)
- 二、小生意也能赚大钱 (82)
- 三、善于精打细算 (83)
- 四、决定前慎重，决定后果断 (83)
- 五、不赶潮流 (85)

六、热门里面找冷门	(86)
七、舍小求大	(87)
八、在让利中得利	(87)
九、要想到为顾客省钱	(88)
十、学会用“计”	(89)
十一、准确预测必不可少	(89)
十二、捕捉生意战机	(90)
十三、不靠运气来做生意	(92)
十四、有心遍地财，处处是生意	(93)
十五、做生意十诀	(94)

目 录

第四章 开店老板新观念

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”，写下自己的目标，怀着这个美妙的梦想，尽情的发挥创造力吧！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！

第一节 老板应是出谋划策的高手 … (96)

- 一、天罗地网捕捉信息 …………… (96)
- 二、广交朋友，买卖不成人情在 …………… (97)
- 三、严守你的商业秘密 …………… (97)
- 四、有些大生意总是出自“冷门” …………… (98)

第二节 老板应是“万金油” …………… (99)

- 一、老板不是文盲 …………… (99)
- 二、老板不是法盲 …………… (100)

第三节 老板不鼠目寸光 …………… (101)

第四节 老板不墨守成规 …………… (102)

第五节 老板不怕失败 …………… (103)

第六节 老板应是冒险家 …………… (104)

第七节 老板应是“狂人” …………… (105)

第八节 老板应是“润滑油” …………… (107)

第九节 老板应“衣冠楚楚” …………… (107)

一、见面礼节·····	(108)
二、赴宴礼仪·····	(109)
第十节 老板在酒宴上应付自如 ·····	(110)
一、戒假意客套，过分劝酒·····	(110)
二、戒感情用事，互相吹捧·····	(110)
三、戒贬损他人，恶语中伤·····	(111)
四、戒自吹自擂，自我抬高·····	(111)
五、戒污言秽语，酒后失态·····	(111)
第十一节 老板不嫌弃糟糠之妻 ·····	(112)
第十二节 成功老板的金钱观 ·····	(114)
一、凭良心生财·····	(114)
二、不贪财，更不浪费财·····	(114)
三、不贪一时之财·····	(115)
四、不断投资不断发财·····	(116)
五、老板用财之道·····	(116)

第五章 突破销售难关

●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。

●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。

●推销不是几何证明，理性的成分少，感情的成分多，诚恳之心比口若悬河更能打动顾客。

●纯粹的推销只瞄准市场空缺，艺术的推销不仅考虑市场需要，而且考虑消费者的心理需要。

●“打折销售”尽管很讲究技巧，尽管十分注意选择时机和地点，但它的基本点还应是以诚待人——不欺、不诈、不哄、不骗。

●有需求才有生产——这样做有时是行不通的。对于产品，你应当主动去创造需求。满足需要就是最好的营销。

●行销观念如果不考虑到长远需要，那么，企业不过是在制造一堆垃圾。

●成功的推销员几乎都是常败将军。不怕失败，精诚所至，金石才能开。

●爱虚荣、讲气派的顾客，是你真正的财神。不失时机地激将往往一矢中的。

●“感情妙，生意俏；感情凉，生意黄。”推销新手常犯两个毛病：一是起先他们不会“推销感情”，一见面就是冷冰冰地问“买不买”；二是后来他们学会了这一步，但在“热乎”的时候，却转不到正题上来。

第一节 摸准顾客购买心理 (118)

- 一、求美心理..... (118)
- 二、求名心理..... (118)
- 三、求实心理..... (119)
- 四、求新心理..... (119)
- 五、求廉心理..... (119)
- 六、攀比心理..... (119)

七、癖好心理.....	(120)
八、猎奇心理.....	(120)
九、从众心理.....	(120)
十、情感心理.....	(121)
十一、儿童消费心理.....	(121)
第二节 怎样应对“太贵了”或 “赚不到钱”的说法	(121)
第三节 怎样应付“让我考虑一下” 的顾客	(123)
第四节 怎样对待犹豫不决的顾客	(124)
第五节 说服顾客的技巧	(125)
第六节 创造顾客的技巧	(128)
第七节 刺激顾客购买八诀窍	(131)
一、免费赠送.....	(131)
二、有创意、新颖的包装.....	(131)
三、新鲜的小玩意儿.....	(131)
四、增添魅力的产品.....	(132)
五、有个人风格的产品.....	(132)
六、强调技巧或知识的产品.....	(132)
七、具有感情投资的产品.....	(132)
八、便宜的东西.....	(133)
第八节 推销滞销产品十一招	(133)
一、高价促销法.....	(133)
二、信誉销售法.....	(134)

三、加工销售法·····	(135)
四、易地销售法·····	(135)
五、有奖销售法·····	(135)
六、让利销售法·····	(135)
七、示范销售法·····	(135)
八、服务销售法·····	(136)
九、网点销售法·····	(136)
十、邀请销售法·····	(136)
十一、赞助销售法·····	(136)
第九节 小店销售小窍门 ·····	(137)
一、播放一些轻音乐·····	(137)
二、销些“反季节”的东西·····	(137)
三、最好用小单位报价·····	(138)
四、注意商店色彩美·····	(138)
五、商品巧包装·····	(139)
六、随便赠点小东西·····	(140)
七、不要怕退货·····	(141)
八、好店三年不接客·····	(142)
第十节 买卖迅速成交十法 ·····	(144)
一、意向引导成交法·····	(144)
二、隔靴搔痒成交法·····	(144)
三、冷淡方式成交法·····	(145)
四、假败方式成交法·····	(146)
五、暗示拥有成交法·····	(146)
六、次要问题成交法·····	(147)
七、激将成交法·····	(147)

八、从众成交法·····	(148)
九、机会成交法·····	(149)
十、催促成交法·····	(149)
第十一节 商品定价谋略十三诀窍	
·····	(150)
一、同价销售术·····	(150)
二、分割法·····	(151)
三、特高价法·····	(151)
四、低价法·····	(152)
五、安全法·····	(152)
六、非整数法·····	(153)
七、整数法·····	(154)
八、弧形数字法·····	(154)
九、分级法·····	(155)
十、调整法·····	(155)
十一、习惯法·····	(156)
十二、明码法·····	(157)
十三、顾客定价法·····	(157)
第十二节 不花钱却能收到很好的促销	
效果的招数 ·····	(158)
第十三节 即使四周行人稀少也能招徕	
顾客的招数 ·····	(160)
第十四节 令顾客在店铺开门前排队	
的招数 ·····	(161)