



古古新商人看图系列

开店打理新守则

开小店，赚大钱

New Principle For Managing Shop

古 古/主编

沈宏跃、师永刚等/文 罗晓梅/绘图

发财是一件苦差事，尤其是开店这种琐碎的发财方式，一手一脚都马虎不得。但这也正是它的乐趣所在，开店是最考验一个人的综合素质的。

开店
必备读本



中华工商联合出版社
CHINA INDUSTRY & COMMERCE ASSOCIATED PRESS



古古新商人视图系列

开店打理新守则

开小店，赚大钱

New Principle For Managing Shop

古 古/主编

沈宏跃、师永刚等/文 罗晓梅/绘图

发财是一件苦差事，尤其是开店这种琐碎的发财方式，一手一脚都马虎不得。但这也正是它的乐趣所在，开店是最考验一个人的综合素质的。

开店
必备读本



中华工商联合出版社
CHINA INDUSTRY & COMMERCE ASSOCIATED PRESS

责任编辑:刘向鸿

装帧设计:玲 珑

图书在版编目(CIP)数据

开店打理新守则/沈宏跃、师永刚等编著;罗晓梅绘. - 北京:中华工商联合出版社,2003

(古古新商人观图系列)

ISBN 7-80193-026-6

I. 开… II. ①沈…②师…③罗… III. 商店 - 商业经营
IV. F717

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 103454 号

中华工商联合出版社 出版、发行

北京东城区东直门外新中街 11 号

邮编:100027 电话:64153909

网址:www.gslcbs.com.cn

中国伊协月华胶印厂印刷

新华书店总经销

880×1230 毫米 1/32 印张:6.625 135 千字

2006 年 1 月第 2 版 2006 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 7-80193-026-6/F·13

定价:18.00 元

前言

一般人创业总是从小生意开始。小生意有小生意的好处，货是一件一件出去，钱是一张一张过手，金额虽小，心里踏实。到了晚上，摊子一收，就可以回家去炒两个菜，喝二两酒，好好生睡一觉了。

开店的好处就在于心中踏实。资本可大可小，经营灵活多样，成千上万的商品，每一种都有利润空间，买进卖出，又不需要特别的技术，所以开店成了很多人创业发家的首选。

但是，正因为门槛低，进入的人越多，竞争就越大，你想把店开好，把生意做大，就是一件很不轻松的事。开店的门道，开店的学问，真要是钻研起来，够人学一辈子。开店要能开到顶级，像沃尔玛那样，你也可以成为世界级的富人了。

很多人一出道就想当老板，而且是翘脚老板，以为投一点资就可以潇潇洒洒进入剥削阶级。其实当老板很苦，尤其是创业之初，你所付出的劳动量远远超过任何一位员工，资本的原始积累是由血汗凝结而成的。

发财是一件苦差事，尤其是开店这种琐碎的发财方式，一手一脚都马虎不得。但这也正是它的乐趣所在，开店是最考验一个人的综合素质的。

任何一个成功者的第一桶金，都浸透着他的血汗。但是有了第一桶金，第二桶、第三桶就容易多了，原因并不是因为有了资本，而是因为他找到了赚钱的方法，有了赚钱的素质。

所以，既然开了店，就好好打理，好好琢磨、好好学习。只要好好地做了，不管赚多赚少，都是一件好事！

目 录

CATALOG

开店打理新守则

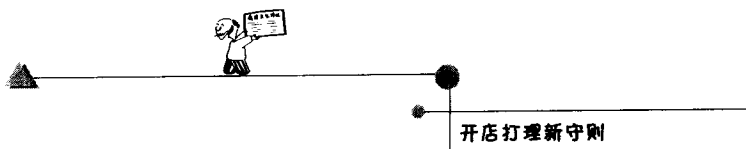
- ▶ A-01 抓住机遇
- A-02 广交朋友
- A-03 靠人不如靠自己
- A-04 “万金油”
- A-05 “润滑油”
- A-06 优秀的船长
- A-07 心中永远有梦
- A-08 感谢挫折
- A-09 敢于冒险
- A-10 心细如发
- A-11 小生意做大
- A-12 理财第一
- A-13 先学会做人
- A-14 善于管理

- B-01 在小商圈中开大店
- B-02 在大商圈中开小店
- B-03 富有特色的主题商店
- B-04 开家独门店
- B-05 做别人想不到的生意



- B-06 面向大众赚钱
- B-07 女人和小孩的钱好赚
- B-08 先做小生意
- B-09 敢于吃螃蟹
- B-10 关注暴跌行业
- B-11 逆潮流而动
- B-12 新建住宅小区可淘金
- B-13 新产业商机
- B-14 开家甜品店
- B-15 开家时装再生店
- B-16 开家油炸土豆条小吃店
- B-17 开家婴儿用品商店
- B-18 开家花店
- B-19 开家学生礼品邮送店
- B-20 开家冰激凌店
- B-21 开家新奇特商品店

- C-01 租金及装修成本
- C-02 货柜定制成本
- C-03 水电气成本
- C-04 税费成本
- C-05 店铺经营成本
- C-06 薪金或股本
- C-07 员工培训费用
- C-08 管理成本



开店打理新守则

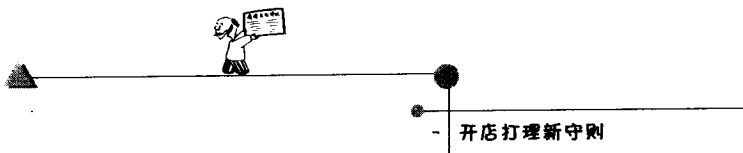
- C- 09 广告成本
- C- 10 新包装成本
- C- 11 手提袋成本
- C- 12 让利成本
- C- 13 奖励成本
- C- 14 其他成本

- D- 01 店铺选址
- D- 02 “金”字店招
- D- 03 招牌制作
- D- 04 橱窗装潢
- D- 05 装潢也是一种广告
- D- 06 店门修饰
- D- 07 店内装饰
- D- 08 装修上做文章
- D- 09 顾客空间设计
- D- 10 辅助设施
- D- 11 店铺应翻新

- E- 01 店员的身体信号
- E- 02 店员的性别年龄信号
- E- 03 店员的视线信号
- E- 04 店员与顾客的适当距离
- E- 05 培养店员的好动作
- E- 06 精神抖擞地工作

- E-07 店员应走来走去
- E-08 店员现场演示
- E-09 店员的面部表情
- E-10 店员的问话技巧
- E-11 店员空间分布
- E-12 店员不要挡在门口
- E-13 店员的团体形象
- E-14 店员的“作秀”
- E-15 切忌“干扰”顾客
- E-16 店员程序化动作
- E-17 接待常客
- E-18 接待陌生顾客
- E-19 接待生气的顾客
- E-20 全方位了解顾客
- E-21 店方要善待店员

- F-01 制度管理
- F-02 培养一名助理
- F-03 内部奖惩机制
- F-04 商业机密管理
- F-05 店员管理漏洞
- F-06 质量管理漏洞
- F-07 费用管理漏洞
- F-08 资金管理漏洞
- F-09 临时工管理



- F- 10** 沉默强化管理法
- F- 11** “软硬兼施”法
- F- 12** 完全信任管理
- F- 13** 和藹管理法
- F- 14** 大错不究管理法



- G- 01** 经理自行进货
- G- 02** 代销与退货
- G- 03** 进货谈判要诀
- G- 04** 进货还价技巧
- G- 05** 欲擒故纵谈判法
- G- 06** 退守为攻杀价法
- G- 07** 杀价中的“权力陷阱”
- G- 08** 漫不经心成交法
- G- 09** 谈判疲劳战术
- G- 10** 装聋卖傻术
- G- 11** 供货合同细节



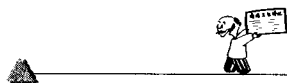
- H- 01** 商品陈列的作用
- H- 02** 店员的商品陈列意识
- H- 03** 陈列也讲因地制宜
- H- 04** 面积小的商店陈列
- H- 05** 充分利用制造商的陈列室
- H- 06** 临街陈列
- H- 07** 分类陈列





- H-08** 主题陈列
- H-09** 陈列中的颜色搭配
- H-10** 陈列中的价格搭配
- H-11** 顾客对陈列的要求
- H-12** 陈列经验
- H-13** 重点推荐商品陈列
- H-14** 不同时段商品陈列
- H-15** 花车陈列吸引路人
- H-16** 针织品陈列
- H-17** 衣服陈列
- H-18** 鞋帽陈列
- H-19** 小件商品陈列
- H-20** 大件商品陈列

- 
- I-01** 比顾客思考得更多
 - I-02** 让贵客产生优越感
 - I-03** 将“会员”区别对待
 - I-04** 对“散客”舍得花时间
 - I-05** 让准顾客踏进商店
 - I-06** 培养后备顾客
 - I-07** 积极参与社区活动
 - I-08** 拉拢“潜在顾客”
 - I-09** 让对方感觉欠情
 - I-10** 给潜在顾客联络
 - I-11** 热情接待小买主



- I- 12 重视顾客数量
- I- 13 感情推销法
- I- 14 演示推销法
- I- 15 价格推销法
- I- 16 数量推销法
- I- 17 选择成交法
- I- 18 说服成交法
- I- 19 方便成交法

-  J- 01 促销前期工作
- J- 02 促销形式
- J- 03 让供货商参与促销
- J- 04 在旺季促销
- J- 05 反季节促销
- J- 06 二次包装促销
- J- 07 礼品促销
- J- 08 代金券促销
- J- 09 顾客不需要的货品促销
- J- 10 限客促销
- J- 11 诚信促销
- J- 12 产品试用促销
- J- 13 消费指导促销
- J- 14 利用无竞争的时间段
- J- 15 利用生意清淡的时间段
- J- 16 把店堂当成社交场所

J-17 利用附加服务促销

J-18 公布服务项目

J-19 有店铺的直销

J-20 让顾客吸引顾客

K-01 月月降价策略

K-02 自动降价招术

K-03 抢占降价先机

K-04 招徕降价战术

K-05 走出打折怪圈

K-06 价差制造策略

K-07 故意忘掉零头

L-01 批发市场选址

L-02 一般商品批发

L-03 专业商品批发

L-04 全国性批发

L-05 地区代理

L-06 厂家进货批发

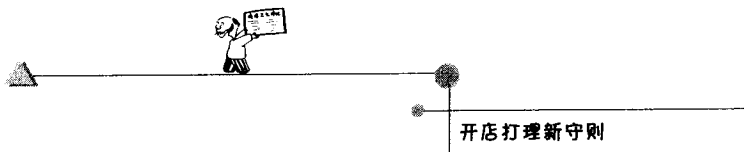
L-07 多家进货批发

L-08 畅销货批发

L-09 依靠信息进货

M-01. 行业性竞争特点

M-02. 把握行业发展趋势



M- 03 不停地观摩同行

M- 04 假意争斗

M- 05 吓退对手



N- 01 “牵引”市场

N- 02 商品随意包装

N- 03 从品牌代理开始

N- 04 组建自己的智囊团

N- 05 人才储备

N- 06 先下手为强

N- 07 组合市场突围

N- 08 开发大市场

N- 09 准确预测市场

N- 10 走上世界经济大舞台

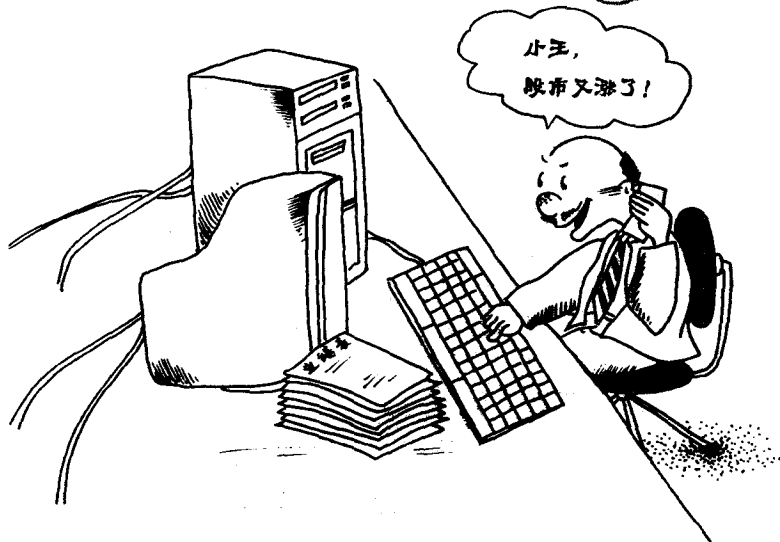




1-01

抓住机遇

通俗地讲,经理之经,是为经纶,理为纹理,当今天下,信息频发,机会却又转瞬即逝。因此,如何从报刊、电台、图书、电视、互联网上及时获取各种信息,并当机立断,做出准确有效的回应,已是一名职业经理人必备的素质。处处留心皆学问,即使时机暂不成熟,但日积月累,机会总会垂青有准备的头脑。

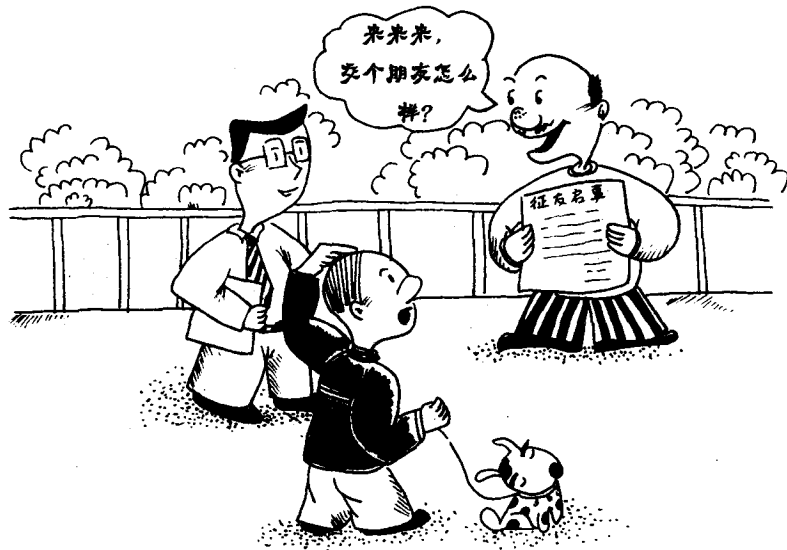




A-02

广交朋友

一个朋友一条路，许多这样的路连成一体，便是一张处处畅通的信息高速公路网。每个人都试图建立这种神通广大的关系网络。广交朋友并不难，关键是看自己有无这方面的主动意识；多方获取信息也不难，难的是把这些信息进行有效地加工，再还原回业已确立的关系网中，看能否得出一个安全可靠的结论。



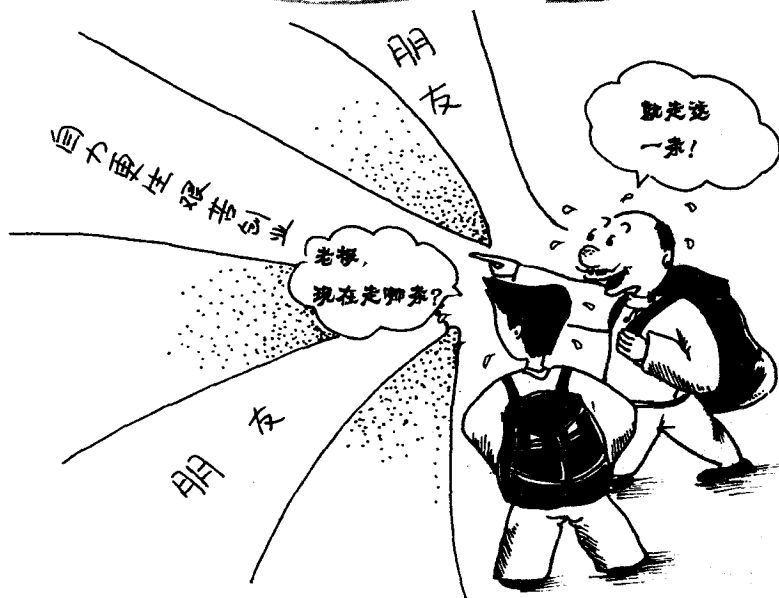


4-03

靠人不如靠自己

永远不能把希望全部建立在朋友身上。每个人都有自己的事做，而且也没有永远的朋友，只有永远的利益。记住，

每个人都一定有一个最适合自己的机会。别人淘金，你可以跟着去淘金，也可以只生产淘金需要的牛仔裤，如果牛仔裤也生产不了，那就想法给淘金者们卖水。





04

“万金油”

真正意义上的老板应是“万金油”，什么都得学一点，以使自己在所涉及的领域总能游刃有余，广博的社会知识和专业知识不可或缺，但这些还远远不够，因为你得与开放性社会中的各种人打交道，所以，还必须懂点法律，懂点应酬，此外，还应不墨守成规，不怕失败。

