

带给你最实实在在的帮助★开店做老板赚钱必备读物

开店



必读手册

一本引领中小店铺走上成功之路的经典读本

吴伟君◎编著

Shop

经商有智慧 赚钱有诀窍

三流店依靠卖力气挣自己和员工的钱；

二流店依靠卖商品和服务挣消费者的钱；

一流店依靠卖品牌和技术挣其他店和整个行业的钱。



北京工业大学出版社



囊括中外百家旺铺成功经验 **开店**必读手册

或许你正在策划开一家属于自己的店铺，但是面临其中一个又一个的难题，使你无从下手；或许你的店铺早已在经营中，但是却遇到不少让你把握不准，不知如何抉择，又不知该向谁请教的问题。不用愁，本书将为你解决这方面的问题，并将成功开店者用汗水和金钱换来的宝贵经验全部奉献给你。



拿来就用的中小门店管理工具书



ISBN 978-7-5639-2122-5



9 787563 921225 >

定价：33.00元

开店 必读手册

吴伟君◎编著

北京工业大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

开店必读手册/吴伟君编著.—北京:北京工业大学出版社,
2009.8

ISBN 978-7-5639-2122-5

I.开… II.吴… III.商店-商业经营-手册 IV.F717-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 111019 号

开店必读手册

编 著: 吴伟君

责任编辑: 刘学宽

封面设计: 创品牌工作室

出版发行: 北京工业大学出版社

地 址: 北京市朝阳区平乐园 100 号

邮政编码: 100124

电 话: 010-67391106 010-67392308 (传真)

电子信箱: bgdcbsfxb@163.net

承印单位: 九州财鑫印刷有限公司

经销单位: 全国各地新华书店

开 本: 787mm×1092mm 1/16

印 张: 21.25

字 数: 370 千字

版 次: 2009 年 8 月第 1 版

印 次: 2009 年 8 月第 1 次印刷

标准书号: ISBN 978-7-5639-2122-5

定 价: 33.00 元

版权所有 翻印必究

图书如有印装错误,请寄回本社调换

前言

在当今社会，开店做生意已成为许多人自谋职业的最佳选择。或许你正在策划开一家属于自己的店铺，以摆脱上班的束缚或下岗的困境；或许你为了发展自己的事业，已经开了一家店铺，但时常遇到一些把握不准，又不知道该向谁请教的问题，本书将是你最好的选择。

开店并非像有些人想象的那么简单，不要认为有一笔资金，找到一个地点，再装修一下房子，生意就成功了。现在到处都能见到诸如投资几千、几万元就能日获利几千、年获利几十万元的广告项目，这是根本不可能的事。如果真是这样，那打广告的人早就去做这个行业而不是去推广他们所谓赚钱的项目了。

很多人有自己创业的冲动，但结局往往是成功的少，失败的多。即使那些获得成功的一部分人，一开始往往也是要遭遇失败考验的。这是因为很多人做生意，喜欢赶热闹，觉得别人做什么赚钱就跟着做什么。殊不知，你能跟进，别人也能跟进。大家都可以轻而易举做的生意，赚钱会长久吗？

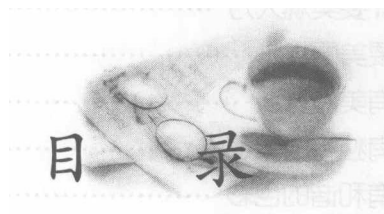
其实，要想使生意兴隆，其中大有学问。比如：怎样入行与开店，怎样筹集资金与选择店面，怎样设计店铺与采购货物，怎样诱导顾客购买与促销商品等等，这都关系到生意兴衰成败，也是每一位开店老板最为关注的难点，更是本书所要解决的问题。



这部书最大的特点就是，从中国商场的实际情况出发，用通俗易懂的语言，具体的案例，系统而广泛地总结了一些中外成功的开店绝招，多层次多角度地揭示了生意兴隆的秘诀和艺术。

我们相信本书能给你开店带来实实在在的帮助，从而使你财源广进，事业发达！





第一章 选择最佳的黄金地

选择店址的重要性	002
选择开店的最佳区域	003
具体开店地址的确定	005
根据顾客划分商圈范围	006
分析商圈内的购买力	007
怎样选择街道铺面	009
开店不宜选址的区域	009
在小巷内开店	010
在居民区开店	011
在车站附近开店	011
在学校附近开店	012
在办公区开店	013
在大楼内开店	014
在大型百货商场附近开店	014
接转租店须谨慎	015

第二章 设计豪华卖场的店容

追求高品位的店铺环境	020
------------------	-----





招牌设计要新潮醒目	022
店门设计要通畅华丽	023
橱窗设计要独特鲜明	024
货柜货架设计要美观大方	025
天花板设计要美丽优雅	026
墙壁设计要有美感背景	028
地板设计要有独特的图景	028
灯光设计要有和谐的色彩	029
色彩设计要搭配迷人	030
音乐设计要诱导购买	032
动感设计要掀起购买欲	033
店铺内装饰和设计应注意的几个问题	033

第三章 商品陈列的魅力布局

艺术化陈列商品	036
陈列要突出主题	037
表演性陈列	040
易买性陈列	041
充分利用好橱窗	042
要始终保持新意	044
注重视觉巧陈列	046
适应女性消费者	048

第四章 最佳赢利的促销价格

定价策略的最佳技巧	052
弹性差别定价促使销售	062
随行就市调整价格	064
价格折扣赢得客户	066



薄利多销赢得客源	067
高价策略求利润	070
相关商品的定价策略	072
商品降价要把握机遇	073
如何使价格具有广告效应	075

第五章 广告宣传金牌明星店

新店开张造声势	078
宣传要打明星牌	080
策划广告要出新	082
主题活动展风采	084
广告创意要借势	087
社会效益靠赞助	089



第六章 促销竞争多赢利

价格对促销的影响	094
店铺促销活动实务	095
13 个实用的促销方法	096
情感促销法	107
顾客档案法	108
特定顾客法	109
名人效应法	110
返璞归真法	110
绿色食品法	111
情侣商品法	112
反时令销售法	113
商品保险法	114
改进包装法	115



以旧换新法	116
退换商品法	116
悬赏捉劣法	117
名牌效应法	118
公开拍卖法	119
以货易货法	120
仓库售货法	121
有奖销售生意旺	122
折扣促销受青睐	125
现场演示促销巧	128
营业推广作补充	130
电话促销讲技巧	132
网络促销机会多	135
推销滞销产品 11 招	137
小店销售小窍门	140
买卖迅速成交 10 法	144

第七章 顾客满意才能获利

男性消费者的购买心理特点	150
女性消费者的购买心理特点	151
青年消费者的购买心理特点	152
老年消费者的购买心理特点	154
摸准顾客购买心理	155
刺激顾客购买 8 诀窍	157
怎样说服不同性格的客户	158
顾客购买心理的 8 个阶段	163
有效把握接近顾客的时机	165
发挥销售的广告与心理诉求力	166
提示商品的销售技巧	167
掌握销售重点的要领	169



让客户有特别的感觉	170
引起顾客的共鸣	171
看出谁才是购买决策者	171
把握长相逊色的顾客	172
发生纠纷时老板要出面解决	173
令客户讨厌的接待服务	173
活用处理抱怨的三变法	174
处理顾客不满的方法	175
对快打烊时来店顾客的接待方法	176
商品损坏时的处理方法	178
防止小偷的方法	179
处理小偷的注意事项	180
顾客来退货时的接待方法	182

第八章 开源节流善理财

精打细算不浪费	184
合理使用启动资金	184
制订资金运用计划	186
计算损益平衡点	187
争取营业外收入	188
降低成本	190
有关成本的各项数字	192
向商品购买者预收货款	194
采用赊购方式购进商品	195
科学管理现金流	195
严格监控财务状况	198
合理避税的技巧	200



第九章 店员管理的秘诀

招聘合格店员的标准	204
培训员工的最佳方法	206
仪容仪表的规范	208
激发出员工工作热情	210
培养员工的团队精神	212
建立员工绩效考核制度	214
建立按劳取酬的薪资制度	214
建立利益共享的福利制度	215
留住优秀的店员	216

第十章 高效的商品管理

怎样识别货色	220
假冒伪劣产品的鉴别	230
商品的采购	245
掌握技巧巧进货	256
商品运输须合理	258
把好商品验收关	260
及时盘点商品	262
经济化储存商品	265
降低商品损失率	267

第十一章 连锁加盟巧赚钱

选择连锁加盟行业	270
加盟店的选址和宣传	272



挑选加盟的品牌	273
签订公平合理的加盟合同	276
连锁加盟店经营的最佳技巧	279
女装加盟店	282
洗衣店加盟店	284
餐饮业连锁店	285

第十二章 网上开店发大财

网上开店的优势	290
网上开店的形式	292
选择网上开店的平台	294
网上开店的基本流程	296
如何提高网店的知名度	298
网上开店如何进货	299
网上开店的支付及送货	301
把网店生意做红火的窍门	302
在海宝网上开店	305
在易趣网上开店	306
在拍拍网上开店	307

附 录

必备的工商知识	309
必备的税务知识	311
必备的银行知识	318



第一章

选择最佳的黄金地



中国人做事情，向来就讲究“天时、地利、人和”，开店尤以“地利”最为重要。能否找到一个好的地段，将对日后店铺的经营绩效产生巨大影响。选对了店址，就能把握住市场先机；反之，则可能门可罗雀、无人问津。因此，若想开一家成功的店铺，你绝对不能随便找个店面，就急切地注入资金，而是要费一番心思，找到可以绝对生财的黄金地段。





选择店址的重要性

很多人对于开店的场所并没有预设的目标，只是一味地想：“我要开餐厅”、“我要开服装店。”这类人偶尔看见这样的广告——“店面廉价出租”、“任何生意皆宜”、“尽速联络，以免错失良机”，多半会怦然心动而跃跃欲试。

只要你冷静地想一想就会明白，没有哪个地段是适宜任何一种商店的。所以，选择店址时不要妄作决定，以免造成损失。

有位陈小姐基于个人兴趣，经营了一家民俗工艺品店，利润也相当不错，可以算是一个成功的例子。据她自己说，成功的最大原因在于选对了店址。

对于计划开店的人来说，最苦恼的莫过于选择店址了。事实上，陈小姐的店也不是一开始就在现址，她换过几次地点，经验很值得借鉴。

陈小姐决定在现址开店以前，曾有意在一个宁静的社区里营业，后来发现那里的过路人太少，于是决定将店址选在闹区。她这一次找的店址客流量很大，租金也还合理，但附近多是酒吧、咖啡店、夜总会等场所，和自己所经营的民俗工艺品店的风格、气氛都不相符，因此，陈小姐又放弃了这个地点。

经人介绍，她找到一处距车站仅一公里左右的店面。这个店面位于旧住宅区的商业街一角，各种条件看起来也不错，但这一带多是日用百货专卖店，又和自己的民俗工艺品店感觉不符。

最后，陈小姐在一处高级住宅区落了脚。由于从高架桥上就可以看见店内的陈设，过往行人也常会顺便进来看看，生意很不错。

从这个例子可以看出，并非闹市、商业区就好，店址的选择要和自己的商店的经营类别和当地居民的喜好联系起来。



中国人做事讲究“天时、地利、人和”，开店创业尤以占有地利最为重要，如果找对开店的地点，即可掌握良好的商机。因此，想创业开店的人，千万不能随便找个店面，以免输在起跑线上。所以，开店成功的首要因素便是——地点、地点、地点！

由于 21 世纪住宅逐渐移向郊区，住商分离的情形已成为常态，都市中心成为办公大楼林立的区域，在这种状况下，创业开店者最好先确立自己的基本客户层面，并决定店面位置，再选择适当的业种及商品，在“人潮就是钱潮”的店面经营原则下，其风险将相对降低许多。

举例来说，在都市中心办公大楼林立的区域，因店面租金高，客户消费时间集中于上班时间，因而适合开设小型店面的服务业（如办公文具店、彩色快速冲印店、花艺店、快餐咖啡厅等），一来适合当地消费客户层面的流动时间，二来也可不必租用大店面而负担太高的租金。

至于以住宅区居民为诉求的商店，则因小家庭及单身贵族愈来愈多，以开设 24 小时营业的店铺或家庭式商店最适合。另外，因郊区租金较便宜，也能利用较大型的卖场开设有特色的商店，如室内装饰品店、精品服饰店、地方口味餐厅或大型电器（电脑）专卖店，不仅能吸引当地消费者，也可借由口碑相传及以足够的停车空间来吸引外地顾客。

目前国内有愈来愈多的大型国际观光饭店出现，其附近也是很好的商圈，因为观光饭店的消费高，只适合特定对象，对一些居留时间较长的旅客来说，势必不可能只以饭店为消费场所。因此，在饭店附近开设便利商店、KTV、小酒吧、民俗餐饮店、土特产店等，将有很大的发展空间。



选择开店的最佳区域

选择商店位置，需要知道有哪些地段适合开店，这涉及对商店设店区域的定性分析。

1. 车站附近

火车站、地铁站、长途汽车站附近，是往来旅客集中的地区，是适合商店开设之地。这类地段的特征在于，这里的顾客主要是过往乘车的旅客，与上班族和学生有很大不同。他们选购的商品虽然非常广泛，但大多还是



以购买不费时间、容易携带的商品为主。由于人群流动量大，这一地段商业价值较高，尤其适应发展饮食、食品、生活用品等方面的商店。

2. 商业区

商业区地段是居民购物、聊天、逛街、休闲的理想场所，也是商店开设的最佳地点。可是，由于商业区地段场地费用比较高，并非是一切商店理想的开设地点。地段费用高，竞争性也强，各行各业争芳斗妍，除了大型综合商店外，较适合那些有鲜明个性特色的专门经营店发展。这一地段的特征是，商业效益好，投资费用相对较大，应有针对性地对顾客提供服务。在节假日顾客多时，切勿关门。可灵活聘用学生打工。

3. 影剧院、公共名胜附近

该地段是娱乐、旅游地区，顾客的消费需求主要在吃喝玩乐、赏心悦目上，故适合于饮食、食品、娱乐、生活用品方面的商店发展。但这一地段常有时间性强的特征，高峰时人潮汹涌，低峰时门可罗雀。当然，如果它们又靠近居民区、商业区的话，则另当别论。

4. 工厂、机关、商号集中之地

这一地段是上班族集中之地，其光顾商店的目的不外是果腹、采购日常生活用品、办公用品以及谈生意、聊天。这一地段的特征是，午饭与晚饭时间为营业高峰期，周末与节假日的生意清淡。

5. 学生聚集地附近

该地段处于学校所在地附近。学生去商店的动机主要是购买学习用品、书籍、生活必需品，以及聚会谈天、消遣时光。应针对学生的需要，提供适当的服务和安排。寒暑假期间是生意清淡之际，需要做变通经营。

6. 住宅区地段

该地段的顾客是住宅区内和附近的居民，以家庭主妇为主，节假日和下班时间则包括家庭其他成员。这一地段的特征是，有关家庭生活的商品消费力强，尤以日常用品消费量最大，凡能给家庭生活提供独特服务的商店，都能获得较好的发展。

7. 市郊地段

该地段以往被认为是不太理想的开店之地，可是现在由于城市的迅速发展和车辆的大量增加，市郊地段的商业价值正在上升。这一地段的特征是，主要向驾驶各种车辆的人提供生活、休息、娱乐和维修车辆的服务。

我国城市的市郊地段具有相当的可变性，许多目前人口并不多的市郊