



怎样开
CONVENIENT STORE
便利店

冯锐/执笔



中央广播电视大学出版社



冯锐/执笔

图书在版编目 (CIP) 数据

怎样开便利店 / 冯锐执笔.

—北京: 中央广播电视大学出版社, 2009. 2

ISBN 978-7-304-04281-3

I. 怎… II. 冯… III. 零售商店—商业经营 IV. F713.32

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第020614号

版权所有, 翻版必究。

出版·发行 中央广播电视大学出版社

电 话 选题策划中心: 010-68183482

发行部 010-58840200

总编室 010-68182524

网 址 <http://www.crtvup.com.cn>

地 址 北京市海淀区西四环中路45号

经 销 新华书店北京发行所

邮 编 100039

策划编辑 力 超

责任编辑 令 方 力 超

责任校对 亚 光

封面设计 黄晓凤

版式设计 许 晴

盛 阳

印 刷 廊坊市佰利得彩印制版有限公司

版 本 2009年5月第1版

开 本 1/24 印 张 4.58

2009年5月第1次印刷

字 数 85千字

书 号 ISBN978-7-304-04281-3

定 价 28.00元

(如有缺页或倒装, 本社负责退换)

前言

财富有个秘密通道

2008年袭来的金融危机夺走了多少人手中的饭碗，更席卷了多少人把握未来的信心？无法统计。这是一场心理的危机。同时，带来了一次认知财富的机遇。

财富有一个秘密的通道。原来只有少数的人知道。

这个秘密通道到底藏匿在哪里？对于已经行走在通道里的人们来说，这是一个公开的秘密。有很多怀着济世理想的人，正在大声地宣讲这个秘密，书籍上、电视节目上、报纸杂志上……

遗憾的是，塞着耳朵的人充耳不闻，闭着眼睛的人又怎么看得见脚下踩着金沙？

那么，又是什么令我们困顿于羞涩的锦囊却又束手无策呢？到底是什么令我们焦虑于失业的危机而只能提心吊胆呢？还有些莫名的恐惧正在一步一步变为现实……

罪魁祸首就是我们的思想。如果你的头脑里从来都认定自己无力摆脱经济困境的话；如果你认定养家糊口的唯一来源是找一份工作，那么，你就是选择了华山一条独径。你永远没有机会看到别样的伟岸山川秀丽风景。无论是唉声叹气或是怨天尤人，这一切都无济于事。

难道转变思想就是本套丛书所讲的“开店”吗？

当然不是。开店只是秘密的一部分，是财富之门开启的一个缝隙。

重要的是，这是一条随处可求证的路径，是小本创业易于操作的途径。

秘密的关键在于当你进入了财富的某一条通道，就将慢慢养成看见隐形财富的能力，能听得见金钱流动的声音，闻得到金钱被阳光晒过的味道，你距离获得财富自由的目标就不远了。

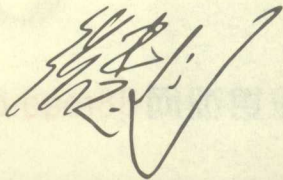
这套丛书到底是纸上谈兵还是问路宝典呢？此书脱胎于电视栏目《魅力财富》，经验建立在实战之上。广东电视台卫星频道从2004年开始以民生为计，关注百姓财富生活，致力于全民富足的理想目标，打造了一系列草根财经栏目。其中2006年与观众见面的《魅力财富》充分展示了财富的魅力，每天给观众提供一个小本创业的故事，每天为坐在家里的观众打开一扇通往财富的秘密窗口。三年时间，播出近800期节目，专注于《魅力财富》的编导们不知不觉中已经成为该行业中最见多识广的专业人士了。为了让更多的个体和家庭有机会把握自己的财富命运，编导们决定用书籍的形式把他们浸淫了近千个日夜、甄别了近千个项目的经验提炼出来，用手把手的方式传递给更多的人。

认真地跟这本书沟通，带着问题考察市场，观察身边的小店，当有一天你豁然开朗，信心十足的时候，再上路不迟。祝你成功！

一个民族一旦形成了创业的习惯，失业将不再对生活带来困扰，丰足和谐的人生将令我们的社会更加美好。

广东卫视的同仁将不遗余力在全民创富的道路上继续记录与发掘！在草根创业的过程中，倾力支持！

南方广播影视传媒集团总裁 张惠建



目 录

■ 筹划篇

- 一、选择开便利店的理由 1
- 二、开家“便利店”的效益估算 2
- 三、选择加盟还是自主经营 5
- 四、怎样办理相关的开店手续 8
- 五、怎样对经营地段进行调查了解 10
- 六、怎样选择一个好店址 11
- 七、开一家便利店需要多少资金，如何筹措 13
- 八、开店资金的筹措途径 15
- 九、分析并找到你的受众顾客群 16
- 十、吸引顾客注意的醒目店名 18
- 十一、独特的设计装修是生意兴隆的第一步 21

十二、对设备的日常保养也能降低您的成本 40

十三、了解行业内相关法规 42

■ 开业篇

一、开业第一步：“开业策划书” 44

二、怎样陈列商品才能吸引顾客的眼球 45

三、店内的布置和摆设至关重要 51

四、应该重视试营业 52

五、开业前做好预计损益表 53

■ 经营篇

一、有针对性地开展营销活动 55

二、五花八门的店铺促销术 56

三、店铺营销要讲究策略技巧 59

四、给顾客一个消费理由	61
-------------	----

五、便利店的营运工作是重点	62
---------------	----

■ 管理篇

一、您的店铺需要多少员工	64
--------------	----

二、便利店员工都做哪些工作	64
---------------	----

三、愉快地和员工相处	65
------------	----

四、“顾客至上”是最基本的服务准则	66
-------------------	----

五、认识顾客的购买动机	66
-------------	----

六、如何正确判断顾客的需要	68
---------------	----

七、让顾客信赖您的店	69
------------	----

八、怎么吸引回头客	69
-----------	----

九、如何妥善处理顾客纠纷	70
--------------	----

■ 商品篇

一、便利店的商品分类非常重要	73
----------------	----

二、怎样给商品定价才能提高销售额	75
------------------	----

三、便利店怎样进行商品防盗	79
---------------	----

四、便利店如何盘点商品	83
-------------	----

五、怎样调整和优化商品结构	85
---------------	----

六、怎样处理滞销商品	87
------------	----

七、便利店商品的进销存管理	90
---------------	----

八、便利店的采购及进货技巧	92
---------------	----

九、做好品类管理与促销优化工作	94
-----------------	----

■ 实务篇

一、加盟还是自营,我们如何选择	98
-----------------	----

二、陈列——从“7-11”谈商品的陈列	99
---------------------	----

三、选址——大家便利店选址“独具匠心”	100
---------------------	-----

四、服务——24小时便利店吸引顾客要靠服务	102
-----------------------	-----

五、人员——便利店各岗位职责	102
----------------	-----

六、活动——知名超市、便利店的促销特点	104
---------------------	-----

筹划篇

一、选择开便利店的理由

在众多创业项目中,开便利店是个不错的选择。因为它非常贴近老百姓的日常生活,不仅容易上手,而且回本较快。相信您仔细阅读过我们的书后,它会对您如何开好便利店具有切实的指导意义。下面,我们就具体说说,为什么建议您开便利店?

(一) 发展中的便利行业

便利店是超级市场发展相对较为成熟的阶段后,从超级市场中分化出来的一种零售业态。便利店既继承了超市的先进销售方式和经营管理技术,又有传统杂货店的便利性。比如,便利店不仅有超市自选购物的特点,而且一些很不起眼的小物件也配备齐全,从针头线脑到柴米油盐酱醋茶,这些与老百姓生活紧密相关的商品,在便利店里都可以买到。随着人们生活节奏的加快和需求的多样性,便利店以其能够迅速满足顾客的简单购物和应急之需为特色,成为具有很大市场竞争力和发展潜力的零售业态。

(二) 麻雀虽小,五脏俱全

便利店的规模通常在100平方米以内,货品非常齐全,通常以食品和日用百货为主,细心观察一下我们身边的便利店,就会发现这些店里主要经营的货品和大超市相比更贴近大众的

生活,一般来说,便利店内商品分为以下几大类:比如我们经常用到的,称之为即用品,有烟酒、洗涤化妆、生活日用品等;还有一些茶叶蛋、面包、蛋糕和奶制品等即食品;同时还有休闲类商品,如书刊杂志、胶卷、电池、香烟、口香糖等。

(三) 真正地方便顾客购物

相信大家都有这样的经历,去大型超市就是买一两件小商品也要排很长时间的队等待付款,但是在便利店就不会出现这样的情况,即使是排队也是很短的时间就能结束战斗,这就给顾客购物提供了很大方便。

与大型的卖场及超市相比,在便利店选购东西更加方便快捷,而且便利店大多分布在居民小区、车站、学校附近,顾客出行不足200米就能够到达,进店后很容易就能找到想购买的商品,3分钟左右就能完成购买行为,大大地满足了顾客随时、就近购买的购物需求。而且便利店通常要营业16个小时以上,有的甚至24小时全天候营业,以方便晚上购买东西的顾客。

(四) 能开发店铺的附加价值

便利店仅靠出售商品是无法在激烈的竞争中取得优势的,它一定要开发连锁店铺的附加价值,即扩展其服务功能。例如,7-11便利店之所以成功,在于他们为煤气公司代收煤气费,为自来水公司代收水费,为电力公司代收电费,为邮局代收邮件,

甚至为网上店铺代送商品等。随着7-11便利店的服务项目越来越多,不仅增加了利润,而且拉近了与社区居民的关系。

(五) 市场需求巨大

目前,我国拥有100万以上人口的城市约200余个,按平均每3000人开一家便利店计算,每100万人口城市开设便利店至少300家,则200余座城市容纳便利店的数量可达6万余家,这一数额相当庞大。因此,只要掌握便利店的营销策略,其发展潜力巨大。

如果在社区,最好在300米范围内没有竞争者,20多个楼

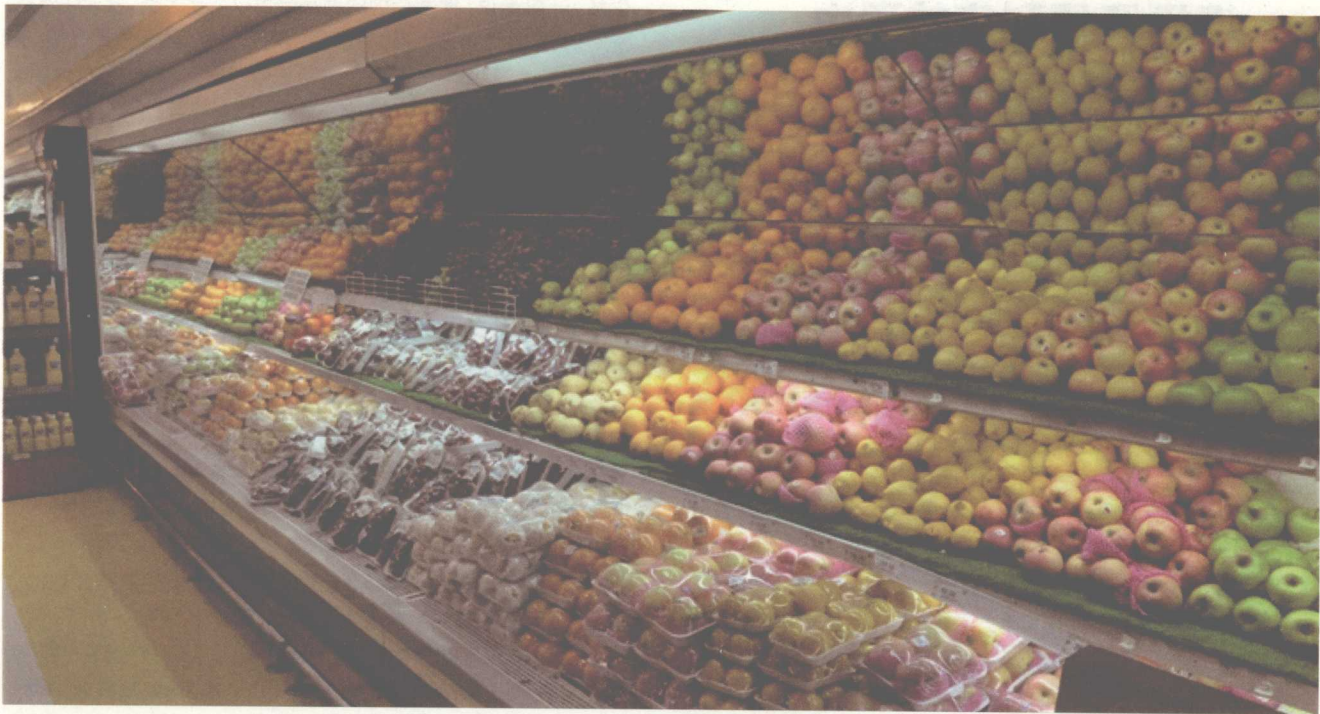
座完全可以养活一个50~70平方米的便利店。

二、开家“便利店”的效益估算

(一) 硬件设备投资

在便利店的筹备初期,硬件设备投资需要较大的资金量。店主需要从财务的角度上对其进行认真的分析。

(1) 装潢: 在便利店的装潢设计上,店主首先要考虑的是



便利店要满足顾客一次性购足商品的需求,店内营业面积至少要在50平方米以上。在店内装饰方面,要尽可能简单大众化。

(2) **冰箱**: 冰箱在便利店是一项非常重要的基础设备。目前冰箱主要有冷藏和冷冻两种功能,店主选择何种类型的冰箱要结合附近商圈的顾客结构而定。如果周围的顾客流动性较大或青少年的比重较高,就要考虑多增加冷藏冰箱,因为冷藏的冰箱主要是保鲜使用,周围的客流量大,再加上青少年的比重较高,商品就会销售不错,就不会有持续很长时间卖不出去的商品,所以商品只需要保鲜就可以了,比如说,饮料、水果、蛋糕、奶制品等;如果周围的住宅密集,就要多增加冷冻冰箱,周围的住宅密集就代表顾客的需求是持久性的,对一种商品有持续需求,但可能一次需要的量不是很大,这就需要店主放在冷冻的冰箱里保存了,比如说水饺、雪糕等速食类商品。

(3) **空调**: 通过空调调节室内温度,能使顾客在店内停留较长时间而购买较多的商品。便利店内用的空调主要为吸顶式空调和直立式空调。吸顶式空调的优点是不占用地面空间,缺点是价格较高,对房屋层高要求高。直立式空调价格相对便宜,但需要占用一定的地面空间,如果店面不大,有时还会影响货架的布置。一般50平方米的店面至少需要两台直立式空调。

(4) **水电**: 水电在店内的所有工程中,最为复杂,工程质量要求也最高。在施工期间,从配线、拉管、装开关箱、送照明电、给水与排水、消防安全等,所有过程和材料的品质都需要严格要求,从而达到安全、美观、实用的效果。

(5) **货架**: 便利店货架的功能是陈列商品,让顾客在店内很容易地找到所需商品。以平方米数计,每4~4.5平方米需要一组货架,货架只需使用一般的货架即可。

(6) **招牌**: 便利店的招牌一般等同于店面的临街宽度。招牌在设计与安装时,要考虑其色彩是否能被顾客所接受,位置



是否得当,亮度是否足够吸引顾客的注意力等。

(7) **收银机**: 一般一家店最好购置两台,一台用于日常运作,一台则作为备用。

按照在广州开100平方米的便利店计算,硬件设施投入,如下所示:

货架: 市面价格每平方米80~200元不等,折中价格13000元

电脑收银设备: $4500 \times 2 = 9000$ 元

冰柜: $1800 \times 2 = 3600$ 元

收银软件: $1300 \times 2 = 2600$ 元

收银台: $1000 \times 2 = 2000$ 元

烟柜: 500元

电话初装费: $230 \times 2 = 460$ 元

其他设备: 1000元

合计: 32160元

(二) 经营费用部分

由于竞争越来越激烈,便利店的赢利将会越来越困难,但经营费用却一分不会少甚至逐年增加,在此情况下,店主对便利店的管理费用必须严格控制,才不至于因费用的增加而使经营效益下降,造成投资回收期的延长。一般经营费用可分为固定费用和变动费用。

(1) 固定费用:

- ① 人工费用:如工资、奖金、加班费、福利金等。
- ② 设备费用:如装潢、经营设备折旧、租金、保险费等。
- ③ 维持费用:如水电费、消耗品费、事务费、工杂费等。

(2) 变动费用:主要包括广告宣传费、修理费、盘损、营业税等。

便利店的经营费用究竟控制在多少以下才算合理,一般而言,其经营总费用与销售额相比,要控制在18%以内才算合理。其中房屋租金、人工费用、水电费和设备折旧占有相当重要的比例。

就拿一个100平方米的便利店来说,应该是按照以下的比例控制经营费用。

费用名称	占比
总费用与销售毛利相比	≤80%
人工费用与销售总额相比	<7%
变动费用占总费用的比例	<15%
薪资总额除以总费用	<50%
固定费用占总费用之比	≥85%
总费用与销售总额之比	≤18%

便利店经营必须遵循上述六项原则,才能达成其经营效益,使店主获得合理的利润。

还是上面的情况举例:

房屋租金:5000~8000元/月

办理开店各种手续:3000元

水:300元/月

电:600元/月

工资:1500×4=6000元/月

耗损预估:500元/月(食品或者其他商品在运输中的损耗)

其他费用:300元/月

合计:15700元/月

大家可以计算一下,这样的经费比例是比较合理的,读者可以作为参考。

(三) 开店资金筹备与运用

在资金筹备方面,如果有足够的资金,就可以独资经营,若资金不足,可以运用很多方法解决,例如找合作伙伴合资、向银行贷款或向亲友筹款等,这些都是解决问题的途径。

资金运用计划大致可分为收支计划和资金计划两部分。其中值得注意的是,开店前可能需要大量的资金,而在开店后收支的情况对资金将有很大的影响,所以对于资金要有详细的规划。此外,开店后5年甚至10年的中、长期计划,也有必要列入整体方案的考虑。

(1) 收支计划。营业额估算:对于开店之后第一个年度的营业额,可以依照市场调查、商店位置条件、经营能力与同业比较而加以估算。

经营支出计算:依据经营的需要,费用支出可分为变动费用和固定费用。变动费用是依照营业额的高低比例来确定的,比如营业税等。固定费用则包括人工费用、水电费和各项管理费等,固定费用内也有部分与营业额高低相关联的费用。对于固定资产折旧的提取和开办费用的摊销,也应计入



当,将对投资成本的降低很有帮助。开店后的调配计划是配合营业活动的实际情况而准备的,使企业在扣除经营费用、折旧等费用后的剩余资金得到灵活的运用。

三、选择加盟还是自主经营

我们在选择经营项目的时候要注意些什么呢?也就是你该如何审视和了解你的项目呢,不妨看看我们在众多的投资者中总结出来的一些经验:

(一) 经营资质审查

首先,你要对你选择的项目是否合法进行考察和判断:

(1) 查看工商登记,加盟总部的工商登记是否在有效期内。

(2) 现在的陷阱很多,有的加盟总部可能会拿着别人的执照来蒙混你的眼睛,所以我们还需要细心地辨别加盟总部所持执照是否为加盟总部所有,如果加盟总部提供了资料,要注意资料中的企业名称与其提供的营业执照上的企业名称,经营范围是否一致,如果发现不一致,需要加盟总部做出合理解释并确保合法。签约时,要与营业执照上的法人签约,加盖营业执照上的法人公章。为安全起见,可进一步去发照当地工商机关查询。

经营费用。

(2) 资金计划。资金计划可以分为资金使用计划和资金调配计划。

资金使用计划包括开店前的计划及开店后的计划,开店前资金使用计划包括土地租赁费用、装潢费用、设备投资、商品费用及加盟资金等。开店后的资金使用计划则包括经营运转费用、商品周转费、维修费用等。在资金的使用计划上,必须针对各项费用使用的时期、金额、内容等做明确的划分。

资金调配计划也包括开店前计划和开店后计划。开店前的调配计划是配合开店前资金的使用需要而准备的。若能调配得



(3) 我们也要熟知国家对加盟连锁的有关规定, 加盟总部必须满足“2+1”的条件(2个直营店, 经营1年以上), 才可以进行对外招商。请您按照这个仔细地判断, 那么我们的第一步就完成了。

(二) 对企业品牌知名度进行准确评估

在加盟之前, 您所要加盟的品牌的知名度如何? 可信程度怎样, 也是我们要细心考察的重点之一:

(1) 所要加盟的项目提供的办公地址是否真实, 是否与营业执照上的地址一致, 如果变更地址, 没有做更改, 要注明。

(2) 一些加盟总部很乐意在口头和广告, 资料上宣传已加盟者的数字, 这个数字往往很大, 以增加对投资者的吸引力, 要注意考察其真实性。

(3) 一些加盟总部常常宣传自己获奖的情况, 什么“十佳”, “最优”, “白金”, “白银”, “最具吸引力”, “投资者最满意”等, 这些奖项往往由某些行业机构、招商组委会和媒体颁发, 但据了解, 其中很多都是只要你给钱, 就给你发奖状, 钱给得越多, 奖状的名称就越唬人。这种颁奖授匾完全是买卖, 不值得信任。

(三) 已运行的直营店, 加盟店是否正常运行

为了让项目做到“保赚不赔”, 您一定要对所选项目的风险性进行充分考察, 也就是要了解在其底下的直营店和加盟店的经营如何, 多向曾经经营和正在经营此项目的投资者咨询, 有顾虑和不清楚的问题提前问清楚, 再来判断是否经营此类项目:



(1) 向经营此类项目的先行者进行考察,了解项目的经营情况。

(2) 了解加盟总部在知识产权方面(技术,商标等)和品牌方面是否存在纠纷,是否拥有完全的所有权。

(3) 了解加盟总部的禁忌,在什么情况下可能被取消加盟连锁资格,了解加盟总部所设禁忌是否合情合理,在合同中要明确这些细节,如果合同中没有这些内容,可以补充合同进行说明。

(4) 明确加盟总部的收费,如加盟费,管理服务费,保证金等,明确这些费用的数额,收取的频率,必要时还要明确已付费用的退还问题。

以经营不错的“可可”便利店来说:

一次性加盟金2万元,保证金20万元,5年以后可以退还。

另外,门店装潢费,门店租金必须自己负责。公司会提供便利店的商号、标志、设计、店堂布局等无形资产,提供日常的管理、配送。但是其中有个条件,就是不允许加盟店到外面私进一分钱的货。

“可可”便利店对加盟商是这样运作的:交了20万元的保证金后,“可可”总部负责为加盟者提供价值10万元左右的商品铺底,以及总价值10多万元的设备。包括冷柜,POS机,货架等。由于杭州租金价格较高,一家店平均年租金6万元左右,如果以日平均销售额3500元计算,可以达到赢利的目的,在杭州一家

店平均年租金是10万元, 3500元/天的营业额, 就会处于微亏。在杭州, 大概要做到3700~3800元才能达到保本。这种加盟方式的不足之处在于进入门槛高, 初期投入高, 增加风险。好处在于, “可可”总部负责商品铺底, 加盟者自己不需要对商品进货再费心思, 对于没有多少商品销售经验的人来说, 比较合适。

(四) 考察项目的后期支持

试想我们参考以上的几条选对了一个经营项目, 当然希望能够长时间地进行经营, 给自己带来效益, 所以, 我们仍要继续对加盟总部的运作持续性方面进一步作考察:

(1) 加盟总部运作的规范性, 是否有统一的标志; 操作流程的规范性; 服务流程的规范性等, 是否对加盟者提供统一规范的培训, 包括培训的项目、时间、培训是否收费, 收费的标准等。章程规范: 加盟总部是否提供统一的操作手册、服务手册、管理手册、培训手册, 手册的编制是否规范, 是否切实可行, 是否便于执行, 是否不让人产生歧义。

(2) 如需配送, 配送设备是否完整, 是否先进, 是否有统一的配送中心, 配送人员的素质如何, 管理如何, 配送中心是否能及时响应加盟者的要求, 配送原材料是否经常短缺, 配送价格是否合理, 是否变化无常。

(3) 后续服务。其良好的支持应有: ①地区市场商圈选择; ②人员配备与招募; ③地区市场产品定位与地域性产品开发; ④业前培

训; ⑤开业准备。

注: 所谓“地区市场商圈选择”支持, 包括: 协助加盟者完成所在地的商圈调查; 提供给加盟者适当的商圈区隔保障; 为加盟者预留同行业竞争出现时的竞争保障空间等。

特别提示: 加盟一家便利店, 一定要看它的商品配送, 是否有一个强大的物流中心在支撑。如果有, 就说明其采购能力较大, 经常可以得到厂家的促销支持。因为这直接影响到商品的价格能否比别人卖得更便宜。另外, 便利店要求的商品周转快, 不允许有太多库存, 要求物流配送系统完善, 补货及时, 后台信息反馈快。您在考察时, 可以连续几天, 在同一个时间看一两家店的商品补货情况。以此来考察其货物是否充足、配送系统是否完善。

四、怎样办理相关的开店手续

开一家便利店, 需要办理营业执照和卫生许可证等, 还要



缴纳工商费、卫生费等。

首先是办理卫生许可证,然后才办理营业执照,最后办理税务登记证。要是卖烟的话,就要办理烟草经营许可证。大体费用就是税收,卫生费,房租等。

一般的试营业期都在1周左右,也可以根据自己店里的情况确定试营业时间,但是试营业期间也要缴税。

注册需提供资料:

①个人资料(身份证,法人户口本复印件或户籍证明,居住地址,联系电话)。

②拟注册店名若干(在注册时核对名称,怕有重名的,需要准备若干个店名备用)。

③经营范围(注明所经营的行业 and 商品范围)。

④注册地址产权证,租赁合同。

⑤合伙经营还须提交合伙协议。

⑥私营独资企业,私营合伙企业需要提供雇员8人以上的证明。

办理流程:

①名称核准。

②办理营业执照。

③办理组织机构代码证。

④办理税务登记证。

⑤买发票。

⑥如果经营烟酒,还要办理烟草和酒类专卖许可证。

⑦整个过程收费大约在500元,时间大概是15~30天,这个在各地情况是不同的。



五、怎样对经营地段进行调查了解

常听人说,好的选址是成功的一半。好的选址是建立在对周边商圈的调查和了解的基础上。即使是小小的便利店选址也容不得半点马虎,一点都不能比大超市的步骤少,要知道这关系到你以后获取利润的多少。

(一) 店铺类型的划分和有效人流的测算

(1) 结点型店铺: 依靠一个或几个重要的结点来开设的便利店, 一般来说, 顾客是相对固定的。所谓结点, 就是能够集结人群的地点, 如学校、医院、社区、加油站等。结点对于便利店商圈调查具有普遍意义。例如社区店, 以社区居民为主要消费群体, 主要为社区居民服务; 而商务便利店又以商务办公的群体为主要顾客, 这些都属于结点型店铺。

(2) 中心商业区店铺: 不需要依靠结点的中心商业区及闹市区的店铺。这类店铺的考察和结点型店铺有所区别。因为它位置特殊, 例如在王府井步行街开店, 它既没有居民、学校, 也没有医院、办公楼, 但从商圈来说是适合开设便利店的。

分类方法不尽相同, 但国内便利店大体就以上两类, 基本所有的便利店都可以对号入座。特别强调, 结点型店铺应该是重点研究对象, 因为它的发展空间大, 是一种战略资源店铺。

(二) 结点型店铺如何做商圈调查

结点型店铺的考察指标主要考虑店铺的周边环境, 竞争对手。如面宽(6米以上为佳), 是否有台阶, 显眼度, 店铺形状等因素。这些指标基本无须量化, 只要符合便利店开设的基本条件即可。竞争对手的考察也是一样, 例如同业态店铺相互的距离最好超过50米, 对手的价格、营业时间、商品、服务等均在考察之列。最后是周边环境, 这也是唯一需要量化的指标。这里

的周边环境指社区、医院、学校等各种人群聚集的点。

一般来说, 把商圈划分为三层是很有必要的, 以半径50, 150, 300米为单位划分为第一、第二、第三商圈。居民总体资料可从居民住宅区的居委会获得(现在小区基本都有介绍图), 结合问讯小区的清洁工、小摊贩可以得到更具体的信息。第一商圈的居民购物可能性: 第二商圈购物可能性: 第三商圈购物可能性=7: 2: 1(经验公式), 再根据各结点收入水平来确定销售。

特别提示: 商圈, 是指商店以其所在地为中心, 沿着一定的方向和距离扩展, 吸引顾客的辐射范围, 简单地说, 也就是来店顾客所居住的区域范围。无论是大商场还是小商店, 它们的销售总是有一定的地理范围。这个地理范围就是以商场为中心, 向四周辐射至可能来店购买的消费者所居住的地点。

举例: 某社区店位于小区主干道, 除社区外没有明显结点。第一商圈的居民300户, 第二商圈的居民700户, 第三商圈的居民1000户, 该店门前有效客流3000人。

销售额预测如下:

商圈有效总户数=300+700×2÷7+1000÷7=643户, 也就是说现在商圈的情况转化成50米内有643户。

假设户均消费每天为5元, 则销售额为5×643=3215元。





客流预测为5000人。

$\text{结点销售额} = 3800 \times 10\%$
 $\times \text{客单价 (8元)} + (200 \times 2 \div 7)$
 $\times 5 \text{元 (户均消费)} = 3326 \text{元}$

$\text{客流预测销售额} =$
 $5000 \times 10\% \times \text{客单价 (8元)}$
 $= 4000 \text{元}$

两者的区别在于结点预测没有计算探病、随机路过的客流。因此,销售在两者之间都比较正常。

综上所述,结点型店铺的开设主要是把每一个结点在图中分层标出,然后通过计算商圈销售额来确定开店与否。只要商圈销售额和有效客流销售额是基本一致的,我们认为其

回到前面,我们已经预测出销售额为 $5 \times 643 = 3215 \text{元}$,这时候,我们结合门前人流预测法来对比销售。

假设该店门前有效客流为3000人,社区店的进店比率为10%,客单为10元,那么,我们可以得到销售额 $= 300 \times 10 = 3000 \text{元}$ 。假设开店后,由于店铺的吸引力,门店前人流会有一定增加,这样,我们就印证了销售额应该在3215元左右。

如果商圈范围内还有其他竞争对手,则应相应增减,但浮动范围一般不超过500元。

以一个学校店为例:

一学校师生共3800人,店铺位于结点的主出入口。200米处有一医院(300人左右),100米处有一社区(200户),门店前

预测是有效的。

六、怎样选择一个好店址

(1) 最好选择主商圈的辐射范围、写字楼区域、大型住宅社区或高档住宅社区等地段;

(2) 店铺位置的选择是离路口越近越好,最好是在路口的转角门面;

(3) 店铺应选择在入、车流动线的正方向(入、车流动线指人和车辆行走时的移动方向);

(4) 地下店铺或二层以上店铺不可选择:这属于选址最基