

锁定目标客户，好定位才有好客源

实体店 经营反击术

实体店
销售秘诀

互联网的快速发展使得电子商务以其绝对性优势屹立于现代商业潮流中，传统实业如何在劣势下绝地反击，打赢网络营销，是所有实体从业者都应该思考的问题。

李博 编著



SHITIDIAN

JINGYINGFANJISHU ▶

实体店 经营反击术

李博 编著



中国社会科学出版社

国家一级出版社 ★ 全国百佳图书出版单位

图书在版编目 (CIP) 数据

实体店经营反击术 / 李博编著. —北京: 中国社会出版社,
2013. 10

ISBN 978 - 7 - 5087 - 4519 - 0

I. ①实… II. ①李… III. ①商店—商业经营
IV. ①F717

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 198500 号

书 名: 实体店经营反击术

编 著: 李 博

责任编辑: 魏光洁

出版发行: 中国社会出版社 邮政编码: 100032

通联方法: 北京市西城区二龙路甲 33 号新龙大厦

电 话: 编辑部: (010) 66026807 (010) 66061723

邮购部: (010) 66081078

销售部: (010) 66080300 (010) 66085300

(010) 66083600

传 真: (010) 66051713 (010) 66080880

网 址: www.shcbs.com.cn

经 销: 各地新华书店

印刷装订: 中国电影出版社印刷厂

开 本: 170mm × 240mm 1/16

印 张: 14.25

字 数: 200 千字

版 次: 2013 年 10 月第 1 版

印 次: 2013 年 10 月第 1 次印刷

定 价: 30.00 元



第1章 电商大浪潮，实体店活不下去了吗 / 1

- ★ 电商不是“穷得瑟”，他们的口袋越来越鼓 / 3
- ★ 宅男宅女爱网络，谁还去“登店”消费 / 6
- ★ 实体店不打折吗 / 9
- ★ B2B 网站大爆发，实体店还能混吗 / 13
- ★ 究竟错哪儿了，实体店为何频频倒闭 / 16
- ★ 网购方便，谁让“实体”如此麻烦 / 19



第2章 实体 VS 网络，方便不能解决一切问题 / 23

- ★ 电商“暴乱”，实体店给你一片温暖天空 / 25
- ★ 有地段，让你看看最炫“实体”风 / 27
- ★ 真店铺，你能买到的不止是商品 / 30
- ★ 没有实体店，你怎么成为老“熟客” / 33
- ★ 逛出味道，实体店的传统荷尔蒙 / 37



第3章 “特色，特色，特色”，实体店的制胜秘籍 / 41

- ★网店看花了眼，实体店铺清凉你的眼 / 43
- ★实体书店能营造的氛围，网络能办到吗 / 46
- ★看书还能喝咖啡，消费还能有机结合 / 50
- ★给你一个VIP，你能交到更多的朋友 / 54
- ★顾客需要的最美的微笑，谁能给 / 56
- ★假如顾客也需要关爱 / 60



第4章 如假包换，拾起网购频失的“完美信任感” / 65

- ★快递出差错，丢了谁负责 / 67
- ★对不起，你被骗了 / 70
- ★一对一服务，你买的在你手，实体就是这么简单 / 74
- ★不满意吗，实体包换，无邮费哦，亲 / 77
- ★欢迎退货，店铺就在那儿，跑不了 / 80
- ★售后诚信服务，老板给你最好的交代 / 83



第5章 做真实价格，电商大战与“实体”无关 / 87

- ★又降价了，想买吗？断货 / 89
- ★实体优惠很真诚，你真买得到 / 92
- ★实体不混战，但是也要会降价 / 94
- ★你的价格，让顾客网购也觉得不划算 / 97
- ★真实商品真实价，不做虚假“噱头” / 100
- ★商铺会打折，会比京东更靠谱 / 102



第6章 锁定目标客户，好定位才有好客源 / 105

- ★商品给老人，就别掺和年轻人的事 / 107
- ★“宅”男“宅”女也逛街，“实体”先得“潮”起来 / 109
- ★富人富兴趣，店铺也可以豪雅起来 / 112
- ★学生爱网购，更爱实体店淘淘货 / 115
- ★实体店的一切，要为目标客户服务 / 118
- ★不贪多，不嫌少，只做客户的最需要 / 121



第7章 店就开在“你家”边，网购实体一把抓 / 125

- ★你卖教辅书，就去学校开店吧 / 127
- ★就近原则，实体店坐落在客源“集中营” / 130
- ★网购冲击实体店，网购实体一把抓 / 133
- ★网购你嫌时间慢，店铺就在你楼下 / 136
- ★你开店铺，有实力就让“实体”无处不在 / 139



第8章 经营品牌服务，走进“实体”就是不一般 / 143

- ★精品服务店铺，给顾客“面子”和“里子” / 145
- ★顾客不买货，店铺也让他感受到服务 VIP / 148
- ★网购比实体更容易撞衫 / 151
- ★你是老顾客，老店给你最美舒服感 / 153
- ★做品牌服务，触动顾客的内心 / 156
- ★网购网聊一对一，不如顾客老板面对面 / 159



第9章 广告也“实体”，要做“摸得到”的宣传 / 163

- ★网上的广告泛滥，你还有心看吗 / 165
- ★给顾客零距离的商品展示，他们真的会爱上 / 168
- ★你的广告就在店铺，进去之后就会买 / 170
- ★顾客需要免费试用，就这样办吧 / 174
- ★实体店的好，需要你的“实体”宣传 / 177
- ★你的“实在”要让每一个顾客帮你宣传 / 180



第10章 “实体”借“名人”，你的消费“粘”在这里 / 185

- ★你的实体书店拼不过当当吗？请出书人过来签售吧 / 187
- ★名人来站台，实体还会没人消费吗 / 190
- ★实体店有趣的活动，每一顾客都有“名人效应” / 192
- ★古人也消费了，做足他们的“服务” / 196
- ★“实体”名人实地感受，这个网络真没有 / 199



第11章 做快乐的领头人，成立消费者的兴趣联盟 / 203

- ★实体店不仅要卖商品，还要做兴趣 / 205
- ★我们都是实体消费人，快乐“跳舞”吧 / 207
- ★老板的店，老顾客的快乐 / 211
- ★做足快乐，实体店给顾客另外一个“家” / 215
- ★网购太冰冷，我去“实体”会朋友 / 218

第1章

电商大浪潮，实体店活不下去了吗

电商不是“穷得瑟”，他们的口袋越来越鼓

实体店的形势真的很严峻！

首都经贸大学一电商专业研究生就做过一个关于电商的调查，调查结果显示：2011 年全北京市的电商交易规模达到 800 亿，比 2010 年增长 46%。很多实体商场老板都觉得自己生意越来越难做了，他们纷纷用出各种优惠手段以求与电商抗衡。

电商真的不是穷得瑟，他们的口袋已经鼓起来了。电子商务这样快速发展，已经让实体店感受到了很大的威胁。很负责任地说，人们的消费已经从“到店里去”转化成为了“到网上去”。

网络店铺比实体店要便宜 $1/2 \sim 1/3$ ，它甚至逼得实体店出不了货。电商已经让消费者体会到了超低价的畅快，即便实体店也投入低档低价产品，消费者也已经不买账了。

电商已经不单纯是一种销售模式，它几乎成为了现代人的生活方式。而且越来越多的年轻人几乎只选择单一的电商的消费方式，电商的口袋能瘪得了吗？

媛媛曾是一家外贸鞋店的小老板，在一次的发小聚会上，她叹着气对一位自己关系最近的发小说道：“我已经将我的店铺关掉了，我不准备做生意了。”

媛媛是有苦衷的，她是非常喜欢做些小生意的，但是市场



已经不允许她做下去。她最早的时候通过同学的关系在温州找到了一家外贸鞋子的代理商，商家代理的虽然是一些尾货，但是款式非常新颖且品类也多。于是她准备开一家外贸鞋店，她把店开在了某市的小商品市场。

一开始她的生意非常兴隆，她几乎每天都要延迟关铺子的时间，每个月下来都能挣上个万儿八千的，比她那些上班族的同学收入还要多。可是近一两年来，她的生意越来越难做了。她发现自己的那些老顾客很少光顾她的鞋店，一问才知道他们开始选择了在网上购鞋。她又发现隔壁有家卖儿童服饰的，是网络店铺，生意出奇的好。

她的货物慢慢地堆积了很多，生意惨淡极了。她也明白：线上的生意已经将自己的实体店的生意完全超越了，她已经挽回不了颓势。她只喜欢做实体店，喜欢与很多人面对面打交道，她又不想做网点老板，所以选择了关掉鞋店，不再做生意了。

媛媛的经历只是当地市场的一个缩影，很多服装的实体店都已经呈现出疲态，也有不少的店铺和她的鞋店有着一样的命运。即便是在繁华的市中心，店面都是在急速地缩减着。这股“寒流”何时退去，谁也说不清楚。但是实体店能等下去吗？最起码媛媛等不起。电商真的很强大，他逼得很多店铺不得不关门，而他的口袋却越来越鼓。

实体店真的没救了吗？

其实，也不尽然。

首先一些高档产品很多人都还是会选择去实体店购买，诸如首饰、古玩等，消费者需要看到真实的商品才会放心；其次随着电商不加控制地发展，很多网店流量的成本越来越高，这个成本甚至要高于实体店的租金成本；最后这个网店的经营成本大幅度增加，它的商品价格已经不

足以诱惑人们去消费了，很多消费者宁愿选择同等价格的实体店。

周成建，美邦董事长，他就曾说过：“美邦每年在线上要有2000万左右的投入，这些投入要高于同等数量品种的实体店。我们对做线上商品的销售已经开始动摇了。”

最后，很多网络店铺由于不受店面面积的影响，就会进大量的货物，一旦管理不到位，库存的压力也会让网店喘不过气来。

这些都是电商店铺的硬伤，实体店如果能选择电商的硬伤处出拳，必定能在市场找到当初的雄风，让自己的口袋也鼓起来。

邹元做围巾生意很多年了，他在郑州的一处好的地段开了一家还算大的实体店铺，可近来生意变得越来越一般。他自己也是一名电商达人，也喜欢网购。在今年看到苏宁和京东的大战过后，他有了自己的观感：所谓的电子商务繁荣里面还是会有很多的欺骗，即便是品牌线上企业里也会存在。实体店如果能在特殊时期作出一种诚实的姿态，很多顾客很可能就会走出家门，来到实体店放心消费。

于是，他在这段时间，在各大网络店铺留言板里给自己做广告：××围巾店铺，不学苏宁，不学京东，只卖诚实，没有那么便宜，没有那么贵，绝对是你的理想价格。只需要你走出家门，散散步，就能找到我的店铺，选购出你最心仪的一款围巾。

他的频繁造势果然起到了明显的效果，很多年轻人“慕名而来”，而邹元也给他们最优惠的价格。消费者觉得他们既享受了最优惠的消费，又享受到了店主面对面的热忱服务，于是都非常乐意来这个店铺逛逛。久而久之，他的铺子名声越来越大，也越发兴旺了。

邹元趁机冲电商的软肋出招，找到自己实体店的优势，并适度打广告，让习惯网购的人了解到他的店铺。这就是他的聪明之处，也似乎是某些实体店要学的招儿。要知道电商不是“穷得瑟”，它的实力有目共睹，实体店如果不出点巧招儿，很难在市场博弈中占得高地。

实体店要放下当初的架子，要知道网购已经是现代年轻人的生活习



惯了，年轻人的选择就是市场的选择，就是财富的选择。实体店不能继续迷糊下去，要认认真真地打好这场战役。实体店有自己传统的优势，但是仅凭这些传统的优势还远远不够，还需要创造出新的优势，还要用这些优势去攻电商的疼痛处，才能在电商大浪潮中分一杯利益之羹！

宅男宅女爱网络，谁还去“登店”消费

不管你信不信，你都越来越宅了。肚子饿了，你就去网上点份快餐；鞋子坏了，你就去淘宝网购一双新的；无聊了，你就在各种聊天工具里“放浪形骸”……

你似乎没有了出门的理由，所有的一切都能通过网络解决。你不过是新新人类中的一个，因为年轻人基本都“宅”了。

有一则笑话：一个年轻且新潮的渔夫，在江边准备打鱼，但是他的网被偷了，他非常冷静地拿起手机安慰自己：“没事的，至少我还有这个网。”可他忘记了他的手机已经欠费了，他顿时抓狂了：“靠，网没有了。”

这位不太敬业的渔夫的渔网丢了都不太着急，但是他的“网络”没有了，他就慌了。也许这只是一个幽默的段子，但是的确反映出了现代的年轻人对网络的依赖。网络让年轻人成为宅男宅女，他们也乐此不疲。不单是年轻人，很多中年人甚至是老年人也开始“宅”了。

音乐人高晓松就曾在微博上这样写道：我决定每天最少关

闭所有社交媒体一小时，到线下去看看，哪怕去火车站蹲会儿，看人来人往，或者去澡堂子发呆，或者去某个门外等人，顺便看人恋爱及吵架。不用大众点评，自己用眼睛和鼻子发现新饭馆。路过一下读过书的中学，给看门大爷指出初恋的地方。然后睡个好觉，梦见五月春光，年少倜傥。那时候没有网。

可见，像高晓松这样的公知都恋上了网络，否则他也不至于在微博上给自己定下这么一条“规矩”。这难道就可以说明现代人已经没有出门的必要了吗？当然不是。高晓松在线上过多地消耗了精力，这对他来说未必是一件好事。作为音乐创作人，他需要更多地去门外采风，获取灵感。大部分的创作是不能只停留在家中的，它需要创作人去野外享受自然，享受门外世界的人文。

是的，门外的世界还有很多的趣味是“宅人”体会不到的。消费的趣味，“宅人”体会得到吗？

寅月是典型的宅男，他的娱乐方式是玩网游，工作是网络编辑，吃饭在网上订餐，添置东西当然就通过网购了。他是典型的怕麻烦的90后，他觉得网络消费能为他节省不少时间。寅月还是个网购狂人，他喜欢上网买一些电子产品，几乎每位店主的货他都很满意。

寅月总是会将自己在网上购到的好东西推荐给他的网友，为此他得了个“网购绅士”的雅号，他非常开心。

网购能给宅男寅月带来很大的乐趣，他甚至忘记了实体店的大门朝哪个方向开，他觉得自己已没有去那里的必要了。网络能带给宅男宅女所要的方便，它能让宅男宅女享受他们的“宅”。但是，倘若就这么“宅”下去，迟早会有问题敲他们的门。



寅月在获得网友的多次赞扬之后，便更加频繁地向他们推荐他网购到的电子产品。在一次网购中，为了让他那“吃电”迅速的手机有更多的电量供给，他买了两块三星手机电池。店主给的信息是：百分之百原装，韩国进货，性价比高。

寅月暗自欣喜，他认为自己又捡了回便宜，又做了一次网购达人。在他的推荐下，很多网友都买了这款产品，要知道他们的手机都很“缺电”。

问题来了，两块电池都在不到一周的时间里由待机两天迅速减至三个小时，他在网上找店主理论，要求店主退货。但是店主给出的理由是：机主的手机破坏了电池内部的电解质，属于人为损坏，不予退货。寅月很生气，但他还是忍住了。可是，他收到很多网友的留言：网购绅士，你果真是网购“神”士。你一个人被骗就算了，还带着我陪你一块上当，你是不是要我啊？我现在觉得以前跟着你买的那些电子产品也有猫腻。

他以“网购绅士”为傲，而现在这个骄傲已经被网友打碎了。这虽然是个误会，但他明白这怪不得网友。他现在恨透了那位店主，也因此恨上了网购，他决定以后买电子产品只去电子城了。

寅月的态度变化会如此大，都是因为网购给了他太大的伤害。那位店主可能因为想处理次货，所以故意开出低价，引诱寅月这样的宅男掏腰包。店主在售出商品之后，当然是不会接受退货的。当然，这并不代表所有的网店都这样，但是这一次带给寅月的负面影响是巨大的，他在网友面前丧失了骄傲和信誉，这是他最在乎的。

宅男宅女中，有很多都是涉世不深的年轻人，因此网购的欺骗他们很难去识别，他们也不太知道怎么去维护自己的权益，当然很多时候也

是因为投诉是不起多大用的。他们会很快爱上网络消费，同时也很容易恨上网络消费，就像寅月一样，最后他还是选择去实体店消费了。

也许，大部分宅男宅女在受过骗以后，还是会选择网络消费，毕竟因噎废食的做法也只是少数人的选择。但是，在某一次伤害之后，他们的某些网购消费领域下一次也许就会被他们的线下消费所取代。

所以，宅男宅女虽然很爱网络，但是他们还是会选择去实体店去购买一些他们最放心的商品，实体店在宅男宅女的眼睛里也是很有价值的。很多实体店的老板总是抱怨现在的年轻人太宅了，他们的生意很难做下去了。如果老板做一些针对宅男宅女的商品服务，他们的店里也必定会有宅男宅女的身影。

即便宅男宅女已经完全抛弃了实体店消费，还有很多不宅的人会选择“登店”购物。实体店要做到让习惯在线下消费的人们彻底爱上他们的店铺，爱上他们的服务，这才是实体店精神的活法。不能因为这个信息时代有了越来越多的宅男宅女，实体店就没有了信心，实体店的优势还是显而易见的，还是会有很多人会去“登店”消费的。

实体店不打折吗

在任何城市，你都能发现某些小角落的店铺里有100元三件任拣女服；但是你要网购同样的三件衣裳，光运费就得10多块，并且价格也比店铺里要贵一些。所以说，一些网购“疯”人认定“网购是最省钱的消费方式”是有失偏颇的。



要知道，在很多的实体店里，折扣优惠并不比网店少，甚至相同商品的价格还要低一点。实体店也是打折的，只是很多人已经慢慢习惯了网店的造势，他们眼球被一些“过分”的图片给吸引进去了，他们消费的渠道是被某些网店广告给减少了。也许这对于消费者来说是一种方便，但又何尝不是一种损失呢？

尤画上一周在北京某大型百货公司看中了一款牛仔裤，打完折后要400多元，她嫌贵，就预备回家网购同样款式的“优惠”版。她在网络商城进行了拉网式搜索，那款牛仔裤最便宜都要600多元，她零乱了。当时尤画相中这款牛仔裤时，导购小姐说这一款是只有那家店才能得到的最优惠价格，她刚开始还以为这是导购小姐为了让她掏钱而故意说的瞎话，但事实是那家店就是最便宜的。尤画认为自己对实体店是有误解的，她以前很少注意这类大品牌的商场，其实这些商场的折扣还是很值得她去关注的。

尤画先看到了商场的折扣价格，又去网店对比价格，这个对比过程让她最终选择了去实体店购买牛仔裤，因为实体店足够便宜。试想一下，如果一开始她就在网络上看到了各种醒目的图片和广告语，然后给出的信息也和那位导购小姐一样，她很可能就不会再去实体店比较价格了，她会相信那就是最便宜的价格。

或许这是实体店长期以来给消费者的一种感觉，但这种感觉并不一定是正确的。你肯定不想在付完钱后，某天在一商场内发现同样商品，但开出的价格比你在网上买的要便宜很多。那样你会感觉自己受损失了，甚至还会有一种被欺骗的感觉。所以，作为消费者的你，既然希望每一次消费都是最划算的，那为什么不去实体店看看价？

实体店也应该对顾客有信心，只要折扣够诱惑，消费者最终是会青