

致富一招鲜系列

KAI TESEDIAN ZHUANQIAN FANGLUE

开特色店 赚钱方略

主编 常 桦

出谋划策 点石成金
自主创业 弄潮商海



ARTIME
时代出版

时代出版传媒股份有限公司
安徽科学技术出版社

致富一招鲜系列

开特色店赚钱方略

主 编 常 桦

编写人员 唐德春 陈焕岳 周 妮 陈丽华 马泽峰
汪 京 姚为青 丁岭花 王金超 高光耀
刘小勇 时小强 常付轩 刘 婷 杜海义



时代出版传媒股份有限公司
安徽科学技术出版社

图书在版编目(CIP)数据

开特色店赚钱方略/常桦主编. —合肥:安徽科学技术出版社,2012.5

(致富一招鲜系列)

ISBN 978-7-5337-5635-2

I. ①开… II. ①常… III. ①商店-商业经营
IV. ①F717

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 079856 号

开特色店赚钱方略

主编 常桦

出版人:黄和平 策划编辑:刘三珊 责任编辑:刘三珊

责任校对:程苗 责任印制:廖小青 封面设计:冯劲

出版发行:时代出版传媒股份有限公司 <http://www.press-mart.com>

安徽科学技术出版社 <http://www.ahstp.net>

(合肥市政务文化新区翡翠路 1118 号出版传媒广场,邮编:230071)

电话:(0551)3533330

印制:合肥义兴印务有限责任公司 电话:(0551)3355286

(如发现印装质量问题,影响阅读,请与印刷厂商联系调换)

开本:710×1010 1/16

印张:12.75

字数:220 千

版次:2012 年 5 月第 1 版

2012 年 5 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5337-5635-2

定价:25.00 元

版权所有,侵权必究

前 言

特色店的概念最早起源于美国,流行于日本,意为风格独特、快捷专业、创意鲜明的店铺。在店铺林立的今天,特色是店铺的灵魂,是店铺的生命。店铺只有在追求个性、张扬特色的努力中,才能吸引顾客挑剔的眼光。在只有特色才能生存的年代,立足于特色已成为商业趋势和开店的最新潮流。只有拥有鲜明的特色,才能使你的店铺在残酷的商业竞争中傲视群雄,屹立不倒。

街道上店面很多,可大多千篇一律,很难吸引顾客。而那些时尚又别具一格的特色店,客流量要比其他店面高,生意也要比其他店面红火,无疑是街上的一道亮色。因此,创业者一定要看清未来消费的个性趋势顺势而动。创业者需要注意的是,在开特色店之前,你必须树立特色理念,以个性鲜明的经营特色来立足。特色店与其他店铺不同,它有自身的要求和特点,而这也正是开店赚钱的优势所在!

随着物质生活的丰富提高,生活富裕的人群逐渐增多。他们对生活和服务质量的要求越来越高,也越来越个性化。于是,众多个性化的服务行业逐渐发展起来。俗话说市场是个宝,全靠自己找。开店是否赚钱,就在于你能不能发现市场空白,能不能找到空当巧做生意。永远走在别人前面,永远有赚不完的钱,永远有做不完的生意。

在流行之中创独行,在众行之中求反行,在都有之中寻空缺,在热门之中爆冷门,这是现代商业社会赚钱的不变真理。在竞争日益激烈的现代商业社会,人人都能想到的生意很难赚钱。要想轻轻松松地赚钱,创业者必须懂得利用创新思维来思考问题。具体到开店而言,即开店要有自己的特色,这样才能在众多的竞争者中脱颖而出。开店就要开一家特色店,盲目跟风,跟在别人的后面做生意根本没有出路,更谈不上赚钱。独树一帜,

别出心裁,以奇制胜,不论在哪个行业都是赚钱的不二法门。

或许你一直渴望拥有自己的小店,这种渴望来自一家华丽的精品店,它精细无比,里面摆满了高贵的古董;也许,这种渴望来自一家新潮的时尚服装店;或者,它来自让人感觉非常亲切的邻家糕点商店,家常的纸杯蛋糕和美味的苹果馅饼让你无法抗拒。

拥有一家特色店,是世界上最幸福的事。

如果你独具个性、喜欢自由的生活和工作,那么可以选择这样一种工作——开一家自己的小店,经营自己最喜欢的东西。通过这个小店,你可以将自己的兴趣与赚钱完美地结合在一起,同时还可以结识许多与你志趣相投的朋友。开这样一家小店,成本不高,准备周期短,却可以最快地实现自己的梦想。在这个完全属于自己的空间里,可以尽情展现你的个性与品位,眼光与风度。从此,摆脱朝九晚五的生活,远离公司的人事纠葛,做自己的老板。

为给广大创业朋友提供一个学习交流的平台,笔者精心编写了《开特色店赚钱方略》一书。本书从实际出发,采用从整体把握与具体实施方案相结合的思路,对特色店的市场分析、项目考察、店铺装饰、广告创意、经营运作、市场营销等多个环节进行了深入的分析,为广大创业者提供简单易懂、切实可行的特色店赚钱经商指南,让创业者顺利跨入富商行列。

编者

目 录

第一章 特色经营:个性化的赚钱之道	1
一、特色店入门第一课	1
二、三个意识不可少	4
三、决策谨慎,行动果敢	8
四、选准独具特色的经营方向	11
第二章 儿童玩具店:玩得开心,赚得放心	15
一、项目潜力:前景诱人,风险潜在	15
二、成功选址:找到你的“风水宝地”	17
三、首次进货:量少精致,鉴别真伪	19
四、玩具摆放:无声宣传胜有声	21
五、服务:以诚动人,以情感人	24
第三章 孕妇装店:大肚蕴藏大商机	27
一、孕妇装:特别时期特别美	27
二、黄金宝地:位置决定生意	30
三、进货:货比三家,价廉物美	33
四、陈列展示:表现特色	38
五、成功销售:轻轻松松做买卖	41
第四章 包饰店:彰显身份,包装财富	45
一、包饰“钱景”:看上去很美	45
二、准确进货:既要适销,又要适量	47
三、皮质鉴别:真的假不了,假的真不了	50
四、销售,从细节开始	52
第五章 眼镜店:看见商机,分清是非	57
一、市场现状:个性突出,精细时尚	57

二、进储货物:把紧每一道关口	61
三、卖场管理:打造舒适明快的购物环境	63
四、营销技巧:一切以顾客为着想	64
第六章 宠物店:关爱健康,呵护生命	68
一、市场现状:利润大,风险小	68
二、开店条件:胸有成竹,做足工夫	72
三、进货原则:小批零进,突出重点	74
四、品种定位:确定优势,找到位置	78
五、宠物管理:养好幼犬,喂好幼猫	80
六、特殊时期:特别注意保安全	82
第七章 花店:传播美丽与温馨	86
一、花店定位:你的鲜花为谁绽放	86
二、花店选址:最基本,最重要	88
三、开店准备:因地制宜,量力而行	92
四、发展客户群:我的地盘我做主	95
五、寻找卖点,营造市场	100
第八章 全景奇画店:一台电脑,百万利润	106
一、科技致富,前景广阔	106
二、生意好不好,选址是关键	108
三、进货决定竞争力	109
四、合理陈列:激发购买欲望	109
五、营销秘籍:打开财富钥匙	110
第九章 洗衣店:荡涤尘埃,净化生活	112
一、优势明显,风险犹在	112
二、选址:租金不是决定因素	115
三、准备工作:购买所需设备	117
四、店面设计:注重形象,布局合理	118
五、干洗流程:熟练掌握,坚决执行	120
六、成功经营:一切以赢利为目的	123



第十章 杂货店:麻雀虽小,五脏俱全	126
一、先了解,后准备	126
二、标新立异:让杂货店充满个性	129
三、进货要及时,识货有门道	131
四、销售技巧:知己知彼,出奇制胜	135
五、管好杂货:有条不紊,防火防盗	137
六、妥善处理,盘点损失	139
第十一章 建筑装潢店:浓缩美丽,装点人生	143
一、市场广阔:风景这边独好	143
二、装潢常识:不同格局,不同风格	145
三、特色装修:特别的爱给特别的你	150
四、规范流程,避免纠纷	153
第十二章 婚庆店:牵手幸福,拥抱快乐	156
一、市场前景:热闹非凡,面子十足	156
二、工作流程:幸福其实很简单	159
三、特色项目:打造自己的品牌	161
四、经营技巧:喜从天降,乐在“奇”中	164
第十三章 神奇石画店:石破天惊,点石成金	166
一、神奇石画引爆时尚	166
二、选址:成功的先决条件	167
三、进货:选择相同的材料	168
四、陈列及氛围营造	169
五、营销:给顾客创造最佳购物体验	170
第十四章 健身房:运动创造价值	173
一、市场分析:快乐消费,快乐运动	173
二、筹备与经营:器械不可少,经营有绝招	174
三、成功运作:选择合适管理模式	176
四、因地制宜,规避风险	179
第十五章 药店:买药不贵,看病不难	181
一、特殊性:特别管制,培训上岗	181

二、申办手续:证件齐全,合理合法	183
三、服务营销:药店核心竞争力	185
四、药品采购与验收:质量才是硬道理	187
五、药品储存:分开存放,科学保管	190
六、安全管理:未雨绸缪,防患未然	192
参考文献	196

第一章 特色经营:个性化的赚钱之道

对于经营者来说,无论做哪方面的生意,开什么样的店铺,首先要对其有基本的了解。为什么要经营一家特色店,有关特色店的所有主要问题,经营者必须了如指掌才能有胜算的把握。

一、特色店入门第一课

1.什么是特色店

特色店,顾名思义就是经营特色商品或特色服务的店,既可以是由企业开办的,也可由个人来投资经营管理。特色店一般有以下几个方面的特点:

(1)仅此一家,别无分店

至少要做到整条街上就只有这家店有卖这种商品的程度。也可以说特色店实际上就是一种小规模垄断,顾客只能到这家特色店来购买他们需要的商品。

(2)只有这里才有的服务

比如在家具上刻上姓名。一般性的服务也无所谓,只要附近没有同行竞争即可。再比如现在任何一条马路上都有许多家理发店,这些理发店都不能算特色店。但如果有一家,除了给顾客剪头发以外还可以提供文身这项服务,那么这家店就可以算一家特色店了,毕竟能给顾客文身的店铺并不多。

(3)在本店才看得到的东西

它可以是你个人收藏的画或摆饰,但必须配合店内的格调和客人的喜好,让顾客觉得一见如故,爱不释手。

(4)只有我们才做得到的事

像陶器绘图、首饰零卖、蛋糕装饰等。甚至提供半自助式、半创作性质的商品。比如提供手链制作的图样及半成品,自己制作十字绣等新潮的、可以让顾客自己DIY的商品。

(5)只有在这里才碰得到的人

换言之,就是你本人。在亲朋好友眼中,你是个什么样的人?你在学校等团体中担任过什么重要角色?

你是凝聚群众力量的领导型人物,还是勤奋用功的优等生?是众人疼爱的邻家弟妹型人物,还是擅长炒热气氛的风云人物?根据这几个提示来塑造出该店的特色。

2. 特色店种类

特色店主要分为休闲类、建筑类、服务类、特种经营类和专业类5种。

休闲类:随着人们生活节奏的加快,休闲也成为一项很奢侈的事。人们迫切要理想的休息,以求得到彻底的放松。随着人们品位的提高,不仅在体力上,更在脑力上提出了更高的休闲要求。这类特色店有茶馆、健身房、咖啡厅等。

建筑类:近年来,房地产产业的发展掀起了一个高潮。而房地产的附属产业——建筑设计装潢却是一个发展前景相当可观却又很少为人所擅长和注意的行业,因为人们都希望自己的工作和居住环境舒适并且安全。这类特色店主要指的就是建筑设计装潢公司。

服务类:随着人们生活水平的提高,工作压力的不断攀升,人们的需求也不断提升,简单的服务已经不能满足人们的日常生活,更新颖、独特、别具创新的服务已经成为社会的主流。因此,像花店、母婴服务中心、宝宝用品店这类特色店就受到了消费者的喜爱与欢迎。

特种经营类:无论是珠宝,还是古董,都是赚钱的行业。但这有两个基本条件:资金雄厚,眼光犀利。否则,最好不要涉足这一行业。

专业类:这类特色店的最大特点就是要求有过硬的专业能力。因此,取得一张国家级的专业技师资格是从事这一行的本钱。否则,就难以让人相信你的技术。这类的特色店有家用电器修理店、照片冲印店等。

3. 特色店优势

经营特色店主要有以下两点优势:

(1)商品(服务)较普通店的商品(服务)好卖

由于特色店里的商品和服务是别的店铺没有的,至少是整条街上的店铺所没有的,事实上这就在无形当中形成了垄断。整条街上的顾客,就只能到你这家店铺才能买到他们需要的商品,享受到他们所需要的服务。这种“垄断”带来的收益是可观的。只要经营者能够正确选择好他所经营的特色店的种类,就一定可以赚到钱。

(2)投资少,回报高

一般来说,经营特色店不需要多少投资,比如一家动漫商品店,总投资不超过5万元,差不多半年之内就能收回成本。一般简单的特色店,像十字绣店、婴儿纪念品店这类小规模의店铺投资都不超过10万元,基本上一年之内能收回成本。

由此可见,经营特色店是潮流所趋,更是在现代竞争激烈的社会中赚钱的法宝之一。

4.热门特色店

随着人们思路的日益拓展,现在市场上特色店的种类也在不断增加。只要你的小店有特色,那么它就会受欢迎。发挥你的想象力,关注周围的一切,发掘周围人们的需要,拿出你的创意,那么你的特色店就是一家受欢迎的特色店。

儿童玩具店不再是简单的出售玩具,而是将店铺布置成一个玩具的天堂,当孩子步入其中时,就会立刻沉浸在童年的欢乐之中。即使是随行的大人,有时也会禁不住与孩子共同分享这种快乐。

刺绣店不再简单地出售传统的刺绣工艺品,而是让人们加入其中,感受刺绣的乐趣。甚至可以根据顾客所需,现场为顾客提供图样。比如将顾客的照片扫入电脑,把头像制成图样,然后顾客就可以把自己的头像绣在衣服上。还可以作为礼物送人,也是十分有意义的礼品。

蜡烛店不再简单地出售普通的红烛、白烛。现在家庭聚会更多用到的是彩烛,有些蜡烛还可以散发香味,清新室内的空气。有些蜡烛还可以漂在水上,营造浪漫气氛。在西方国家,蜡烛已经成为家庭聚会中必不可少的制造气氛的工具。

由此可见,只有想不到,没有做不到。发挥你的想象力,开动你的脑筋,那么你所经营的特色店就会受欢迎,就会有收益。

5.经营特色店应具备资源

不管是开哪一种特色店,都要下定决心,都要对下列业界共通的经营资源有通盘的了解:

有关批发商等商品流通的信息;消费者对店家的需求(分为商品、服务两方面);地点与商店的规模以及合适的店内摆设;资金(店面设计费用、初期进货成本等创业所需资金,也包括周转金);员工人数及素质;专业知识与技术(商品知识、陈列技术等);基础的会计概念。

然后,你必须冷静地想想,这些经营资源你已经掌握了多少。

当然,就算掌握再多的资源,也不能保证生意一定会兴隆。可是如果一开始就漫无计划,将来经营想走上正轨,就难上加难了。

经过一番谨慎的评估之后,也许你会发现竟然没有一项合格,有的只是“意愿”和“干劲”。没关系,先别懊恼。因为只要发现经营资源的不足,很容易找到解决之道。

接着,稍微延后开业日期,等经营资源储备够了再正式上路。

二、三个意识不可少

1. 个人意识

创业对经营者生活等各个方面都会产生影响。经营者永远有解决不完的难题,做不完的工作和支付不完的账单,他们的家庭和社交生活都会受到一定的影响。尽管这个问题通常在店铺经营步入正轨后便不复存在,但它还是导致了许多店铺的失败。家庭的支持和朋友的理解对开店的成功十分重要。

在创业过程中,经营者的情绪通常会出现意外的高潮和低谷,有时候可能导致严重的后果。在应收账款不能马上转化为现金、供应商停止供货或店铺最大的客户决定终止交易的情况下,经营者原有的兴奋和激动就会被惊慌不安所取代。如果经营者不适应小企业经营过程中的大起大落,那么在创业时就一定要保持谨慎,这是一个随时可能出现的问题。许多中途放弃者就是对这种情况无法适应而选择退出的。

经营者必须考虑到,创业会对其生活的以下方面产生影响:

(1) 收入

除非能够保留自己的全职工作,只把创业当成一项兼职,否则经营者的收入将会受到很大的影响。最初的创业通常不会马上给经营者带来一份丰厚的收入,如果可以,经营者应省下一笔钱来填补这个差距。一份额外的收入(许多情况下是一位有经济能力的配偶)也能起到很大的作用。

(2) 时间

创业会消耗大量的时间。在企业最初创立的几个月中,因为一切都是陌生的,许

多窍门还有待摸索,所以企业经营将占据经营者的全部生活。

不管是不是在办公室,经营者随时都要考虑和企业有关的事情。经营者的时间不属于自己。初创企业主面临的最大难题是,他们无法在下午5点放下店铺事务轻轻松松地离开,而是经常要把工作带回家。任何初创企业主都会如此,有些行业比其他行业更具限制性,例如零售业和酒店服务业需要企业主随时在场。他们工作的时间越长,获得的回报也越高。但是对于那些极为重视家庭或社交生活的人来说,这并非是一项好的选择。

(3)获得支持程度

少了家庭成员和朋友的支持,经营者容易心力交瘁。那些对经营者的企业感兴趣并能保持理智的人会提供一些客观的建议和批评。为了得到这种支持,经营者应该从一开始就让他们了解自己的创业动向,不要把所有的事都只放在心里而不让别人知道。如果正在担忧或者犹豫不决,就把情况告诉周围的人。

伴随小企业经营而来的寂寞感不可避免。不知什么缘故,企业主们常会被当做坚强执著的神话人物,好像他们从不会表露出任何迟疑或胆怯,但创业者千万不要这么认为。要知道,家庭和朋友能从情感上给予创业者和企业相当大的支持。经营者应该从家庭和朋友那里寻求帮助,事实上他们也是乐意帮助的。而经营者也应该用自己所获的利益回报他们。这样,他们就能更好地理解经营者的需要,从而消除他们因为经营者要为创业付出的大量时间、精力和心血而产生的忧虑。

(4)在家庭、社交和个人活动中承担的责任

许多业主认为忽略家庭、社交和个人活动(爱好、运动、阅读等)是拥有一家小企业所必须付出的最大代价。在企业的初创阶段这个代价尚可接受,随后当企业真正运转起来时,这些就会成为危机爆发的一个重要原因。所以,创业者必须对自己承担的各种责任,履行这些责任要花费的时间和必须做出的牺牲有一个清晰的认识。

(5)能投入多少资金

企业是靠资金来运行的,特别是在初创阶段。大多数小型企业靠经营者的存款和家产以及商业贷款起家,只有一部分企业能够获得银行贷款和外部投资。经营者的投入资本会成为企业的永久资产。企业所需的资金数量各不相同,这在某种程度上取决于创业者经验的多少。丰富的经验有时能减少企业对直接投资资本的需求。如果经营者经验不足,企业就需要更多的资金来弥补那些在创业阶段无法避免的错误所带来的损失。

(6)能否承担个人经济风险

只有在经营者把自己的资金和其他财物投入经营后,企业才能运转起来。但如果创业者正考虑借用自己的养老金、失业金或孩子的教育资金,那就要格外谨慎了。虽然任何行业都是有风险的,但还是有一些行业的风险要小一些。创业者在入市之初,最好是选择那些风险较小的行业。

(7)能否吸引其他投资

即使拥有足够的资金而不需要引入其他的投资,也不要立即将它们拒之门外。经营者可能需要其他的投资(包括债务投资)来组建一个强有力的管理层队伍,取得特定的技能,来提高企业成功的概率。但是,投资者会要求取得企业的一些控制权,虽然这在某种程度上是可以商榷的,但将局外人牵涉进企业事务并不一定对企业有利。

(8)自己最擅长什么

大部分人只擅长企业经营所需要的一部分工作。比如有人可能擅长财务或颇具管理才能,对市场销售却一窍不通。了解自己的强项和弱点能更好地保持事业的平衡。创业者需要聘用具备特定技能的人,而这些技能正是自己所缺少的,这样才能集中精力做自己最擅长的事情。

(9)自己最喜欢做什么

想要知道自己最擅长做什么,最好的建议是先想想自己喜欢做什么。比如,你过去曾喜欢做哪些事?你愿意自己设计行动计划,是否按照一套既定的计划行事?你喜欢自己做自己的事,还是更喜欢将工作委派他人,而自己进行统筹全局?创业者建立自己的企业经常是为了能自己喜欢做的事,并且用最少的时间来做自己厌烦的事,这就是自己创业的好处之一。但这并不意味着完全不用做那些乏味的事情。总体来说,和替别人工作相比,自己创业在如何花费时间和精力上拥有更多的自由。

这里有一个重要的概念:对于自己喜欢的工作,人们做起来会更卖力,更有乐趣,投入的时间也会更多。而对于自己不喜欢的工作,人们做起来往往会不太情愿,或完成得不够彻底。如果创业者事先知道什么工作是自己不喜欢做的,然后雇佣他人来做,那么企业经营的费用会低得多。

(10)五年后自己想做什么

五年后的展望可以作为一个有用的界定工具。五年以后,创业者可能希望开办另一家商店,扩大生意的规模,或致力于研究,等等。如果能设定一个目标然后朝着

这个目标努力(不一定是财务上的目标,尽管财务目标也是非常重要的),创业者就能更从容地面对小企业生涯中经常遇到的各种挫折。五年后的展望能帮助创业者确定某些目标,并制定出实现这些目标的计划。比如,也许创业者想要拥有更多的时间来陪伴家人,参与社会工作或参加其他一些与生意无关的活动。能够实现这些目标是取得创业成功的最有力和最可信的动力之一。单纯一个商业目标,如赚足100万元,然后在40岁时退休可能不是理想的创业动力,从长期来看甚至是不可信的。假设一个人赚了100万元,那接下来呢?是不是还要赚200万,或1 000万?如果能这样顺利,创业者肯定不会提前退休的。

2. 商业意识

(1) 该项风险投资能否获利

为获得从财务状况到经营步骤方面的各种信息,必须采用某种特定的商业模式。

有没有某种商业模式可以直接借鉴?如果有这样的商业模式——这个模式可以简单到只是一家高级咖啡店或复杂到一家重点生产企业,那么人们就可以获得从财务状况到经营步骤方面的各种信息。只要有现成的模式可以借鉴,创业者就没有必要去研发,就像没有必要每个人都去重新发明轮子一样。既然其他人已经证明了某种商业模式是有效的,创业者就完全可以按照这种模式去办。

(2) 反思创意

对现有的创意自问这样几个问题:我的商业创意令我兴奋吗?我有关于这个行业的经验吗?我有与该行业相关的其他方面的经验吗?我有其他对这一行业有帮助的经验吗?该产品和服务有正确的市场定位和很强的针对性吗?产品或服务有显著的市场需求吗?我知道怎样打入市场吗?进入市场后,我有竞争上的优势吗?这个创意是否简单?我能承受得起开办这样一家企业所需的费用吗?

好的创意对这些问题的回答都是“是”,如果有些回答是“否”,就意味着创业者需要修改其创意,需要积累更多的经验,或干脆完全放弃这个创意。一个好的商业创意是可以让创业者充满热情和激情的。

总的原则是:好的商业创意非常简单,而且会变得越来越简单。不成熟的创意在人们深入探讨时则会变得复杂且令人困惑。

3. 市场意识

市场调查的一个重要手段是分析商业报刊,看看现在正在发生什么事情以及接

下来会发生什么事情。

缺乏类似经验的投资项目必须有一定的市场空间。如果市场上没有同类企业,就必须考虑到:也许你想推销的商品或服务没有市场。另一方面,如果这个市场太拥挤,就没有空间容纳新的进入者了。创业者必须考虑以下问题:

(1)消费者是哪些人

你所钟情的行业能够吸引多少消费者?这个问题将在后面作分析。此处的用意只是了解市场规模和进入市场的途径。如果市场过小而无法容纳你的风险投资,则要谨慎分析,因为这也许是个死角。

(2)行业里正发生着什么

所有的行业者会经历一个生命周期,依次是初创期、成长期、成熟期、衰退期。对创业者来说最理想的情况是在行业成长期刚开始时进入市场,因为这时该产品或服务刚刚为公众接受,而竞争者不多。这段时期可能稍纵即逝,比如影像店就在十年之内结束了这一阶段,进入了成熟期。成熟时期以激烈的价格竞争和日益扩大的商家规模为特点。目前,特种书店(如推理小说专卖店)正从初创期快速向成长期发展;随着大型书店和引人注目的亚马逊网上书店(网上图书经销店)对图书市场的分割,传统书店就转入成熟期或衰退期了。

(3)消费者的口味是否正在改变

咖啡、面包等食品行业在美国一度曾被邓金面包公司垄断,但现在却全是新的竞争者,比如星巴克(美味、优质、高价)和硬面包圈店(包括邓金面包公司)。这些市场变化为敏锐的企业家们提供了机遇。如果创业者自己无法把握住下一个食品潮流,就干脆投资于当前明显受欢迎的食品。

三、决策谨慎,行动果敢

1.三思后行

日本最大的液化气出售商岩谷直治有这样一句名言:事决之前要慎重,事决之后要果断。

因为一切决断不仅基于冷静的判断,而且左右为难时的决断常常取决于当时的心情,就是说,有时生意人的生死是由“感觉”决定的。现代社会日益复杂严峻,市场竞争日趋白热化,一次小失败就可能导致倾家荡产,轻率地作决定本身就是一大