

揭开开店赚钱的秘密

常言道：“生意做遍，不如开店。”但开店要智慧，赚钱靠诀窍。要想生意兴隆，首先就要读懂生意经。本书总结了开店成功人士的可贵经验，教给你脱胎换骨的开店理念、出奇制胜的经营战术、极富创意的营销高招、别出心裁的揽客诀窍，帮你打造顾客盈门、生意兴隆的吸金旺铺！

超值白金版

29.80

这样开店 才会赚

❖ 大全集 ❖

华管 编著



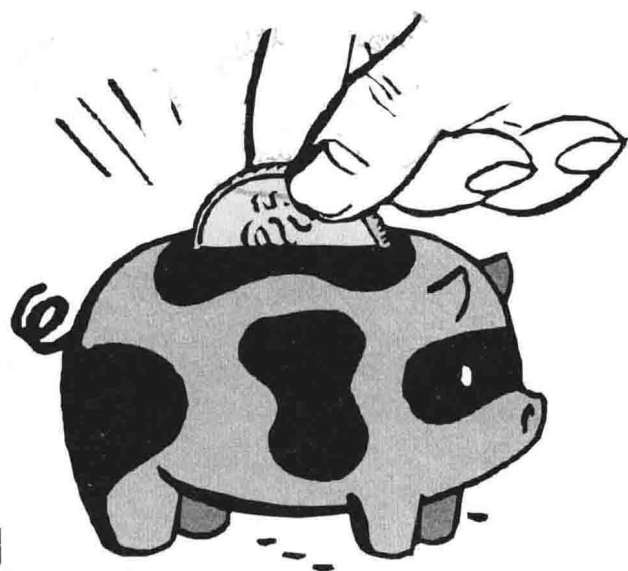
中国华侨出版社

揭开开店赚钱的秘密

这样开店 才会赚

大全集

华管 编著



中国华侨出版社

图书在版编目(CIP)数据

这样开店才会赚大全集 / 华管编著. —北京: 中国华侨出版社, 2011. 9

ISBN 978-7-5113-1679-0

I. ①这… II. ①华… III. ①商店—商业经营 IV. ①F717

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 170669 号

这样开店才会赚大全集

编 著: 华 管

出 版 人: 方 鸣

责任编辑: 文 奇

封面设计: 王明贵

文字编辑: 郝秀花

美术编辑: 张军莲

经 销: 新华书店

开 本: 1020mm × 1200mm 1/10 印张: 48 字数: 861 千字

印 刷: 北京中创彩色印刷有限公司

版 次: 2011 年 10 月第 1 版 2011 年 10 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5113-1679-0

定 价: 29.80 元

中国华侨出版社 北京市朝阳区静安里 26 号通成达大厦三层 邮编: 100028

法律顾问: 陈鹰律师事务所

编 辑 部: (010) 64443056 64443979

发 行 部: (010) 58815875 传真: (010) 58815857

网 址: www.oveaschin.com

E-mail: oveaschin@sina.com



前言

P R E F A C E

商界有这么一句流行语：“要想富，开店铺。”因为开店创业有着成本少、收益快、市场广阔等优点，所以，投资开店，为自己打工，已成为许多人创业的最佳选择。开店创业虽不难，但是要想店铺日进斗金、财源茂盛，却并不是件容易的事情。随着竞争的加剧，生意似乎变得越来越难做，一些门店销售人员时常抱怨：前来光顾的客户越来越少，进店能多待一会儿的也越来越少，而最终能成交的更是少之又少。很多店主也困惑不已：为什么我的店惨淡经营、步履维艰，而竞争对手的店营业额却在不停地增长？为什么我的店门可罗雀、冷冷清清，而竞争对手的店却熙熙攘攘、人头攒动？为什么我总是要用最大的成本不停地去开发客户，店铺才能维持一点点生存的利润空间？在当今竞争越来越激烈、顾客越来越分散、利润越来越薄的大背景下，如何在自己经营的市场中分到一块“蛋糕”，让自己的店成为一家吸金的旺店，已经成为困扰很多店主的问题。

要知道，开店有学问，赚钱有门道。开店要想赚，店主不仅需要具备相应的知识，还需要提高自身的经营能力。为了帮助众多店主走出经营误区，打造一家黄金旺铺，我们特意推出了这本《这样开店才会赚大全集》。本书总结了一些成功的开店绝招，集中介绍了开店创业生财之道，多层次、多角度地揭示了店铺兴隆的秘诀和艺术，为那些开店创业者出谋划策、指点迷津。

要想店铺赚钱，你要提升店铺的人气，吸引顾客到你的店中。顾客先要进你的店才有消费的可能，这是第一步。街上店铺林立，若要顾客走进你的店，你就得想办法吸引顾客的眼球，提升店面的人气。要提升人气，首先你要打造店铺的特色。没有特色就不会给人鲜明的印象，一家店的特色好比一个人的特点，店铺没有特色，就变得毫无品位、亮点。其次，要注重宣传。不仅要扩大知名度，还要拥有美誉度，开展公共活动。通过与客户的交流沟通、舆论宣传，可以创造出“人和”的气氛。本书从经营商品、店面装饰、商品摆放等方面阐述了提升店铺人气的方式和方法，并介绍了不同档次的店铺可以采用的促销手段和宣传策略，以帮助店主提升店铺的人气，吸引顾客走进店中。

要想店铺赚钱，你要培训店员，提高他们的销售技能。俗话说，“开店要赚钱，关键看店员。”店员是商家终端竞争中重要的竞争力量。“短兵相接”中，谁的店员销售能力强、服务水平高，谁就能在市场竞争中占据主动地位。如果他们看起来不够专业，那将会直接影响顾客的消费心情。所以，你要对店员进行培训，将其训练成销售高手。本书深入浅出地从洞悉顾客消费心理、培养卖场亲和力、掌握沟通技巧、运用心理暗示、价格谈判、促成成交等几方面详细而生动地进行了介绍，提供了完美的培训方案和销售技巧，以帮助店员具备优秀的个人综合素质，帮店主培训出一支具备最佳专业素养的店员队伍，在销售中轻轻松松地赢得一次又一次的赫赫战绩。



要想开店赚钱，你要培养顾客的忠诚度，让其成为回头客。一个顾客保持忠诚的时间越长，店铺从他身上的获利就越多。而失去一个老顾客给店铺带来的损失比失去一个新顾客带来的损失要迅速和巨大得多。所以说，能否赢得顾客的忠诚，决定着店铺经营的成败。因此，要保护好你的顾客，使他们不被竞争对手抢走；要把花钱大方的顾客作为你的首选目标；要让顾客知道你非常了解他们的需求。而构建顾客忠诚的一个最彻底的办法，就是从吸引顾客注意力之初便着眼于将顾客培养成店铺的绝对忠诚顾客。本书带你从认识顾客开始，学习如何应对顾客抱怨，了解顾客不满意的黄金定律，提升顾客的满意度，并从提供个性化服务、建立客户档案、加强售后服务、增加情感吸引等方面讲述了培养顾客忠诚度的手段，教你提升服务品质，轻松赢得顾客的心，将一次销售变为多次销售，让你的店铺可以赢得长期客源，财源不断。

要想开店赚钱，你要懂得财务管理知识。“搞懂财务出利润”，即使是对于小本经营的店铺而言，这句至理名言同样适用。开店是一个“精打细算”的过程，店铺的财务管理也是非常细致的工作，通过财务管理这个环节，可以使表面上杂乱无章、千头万绪的店铺生意变得条理清晰，同时还可以防止店铺生意中产生各种弊端。通过财务管理，即使每天只能节省出一点资金，那么在常年的经营过程中也会聚积出巨大的财富。所以，店主要学习相应的财务知识，计算好每一分利润，这样才能立于不败之地。本书对店铺财务管理的各个方面都进行了介绍，既包括了店铺的预算、成本计算、现金流和财务结算等知识和各种财务统计方法，同时也提供了很多节省成本、控制资金周转的技巧，使店主可以轻松掌控现金流、堵住资金漏洞、节约成本，成为财务管理高手，快速积累财富。

本书堪称是中小店主的吸金秘籍，它不仅提供了鲜活、实用、全面的开店赚钱技巧，而且解析了经典旺铺的成功秘诀。不管你是初出茅庐的新手，还是久经商场的老将，相信它都能对你有所帮助，带你快速走上赚钱的道路。





目录

CONTENTS

第一篇

开店经营的基本观念——必须树立的6种经营观

第一章 小店铺不应该锁定商圈	2
小巷子开店也能赚到钱	2
结合经营特色选择商业区	3
调查店铺周围的客源情况	4
同行密集的地方也是好店址	5
店铺选址的喜与忌	6
新建住宅小区好淘金	7
小店必须考虑到各个细节	8
第二章 产品赶流行不一定会大卖	10
从最熟悉的行业做起	10
同择偶一样择产品	11
弃热就冷风险小	12
不能随波逐流	13
关注暴跌行业	14
做别人想不到的生意	15
赚女人和小孩的钱	16
要专注于本行	17
流行货一定要看准	18
第三章 价格不是决定销量的唯一因素	20
价格越低不一定越受欢迎	20
便宜产品带不来好利润	21
兼顾不同档次的产品	22
重视顾客的特殊需求	23
货卖一张皮，包装美观才能打动人	25



不要频繁地变动价格	26
不要对自己的商品认识模糊	27
产品的特点清楚不如卖点清楚	28
产品的卖点并非越多越好	29
第四章 开业时不一定要大力宣传	31
市场不景气时也可以开店	31
开业不做宣传做功夫	32
开店不简单，服务需预演	33
时机成熟后做好宣传	34
用心制作的传单决不轻易修改	35
第五章 不盲目追求规模	37
不要想独占顾客	37
不要与大企业正面冲突	38
为少数人服务，满足特别的人	39
小生意也能赚大钱	40
不盲目追求扩大规模	41
经营服务可以更人性化	42
第六章 要合理降低成本	44
降低成本不必降低工资	44
低廉的货品要保证质量	45
太低的工资招不到优秀的员工	46
确保合理的利润	47
控制成本从节约开始	48

第二篇

采取正确行动——打造人气店铺的 8 个步骤

第一章 经营者的意识改革	52
一家人气店铺所需要的东西：金钱、时间、情报	52
如果付不出钱就付出时间	53
运用时间的方法很重要	54
重要的不是产品而是服务	55
店铺的生意取决于经营者的能力	56
第二章 彻底分析自家店铺	58
店铺的经营现状	58
店铺的经营目标	59
店铺的经营计划	61
店铺经营计划要素	62
店铺经营计划的实施	63





第三章 确定经营理念	65
思维改变是经营中最重要的因素	65
以顾客为出发点	66
思考出属于自己的独特方法	67
执著经营，不轻易言退	68
诚信是最基本的待客之道	69
给顾客当个好参谋	70
第四章 建立品牌形象	72
小店也要树立品牌	72
品牌就是让大家口口相传	73
品牌是信赖度的象征	74
人、故事、商品是品牌的3大支柱	75
用资讯联系品牌与消费者	76
创建品牌的法则	77
树立良好店铺形象，扭亏为盈	78
围绕知名品牌创造内涵和情感	79
第五章 掌握市场信息	80
信息比时间和金钱更重要	80
信息就是缩短时间和成本的工具	81
信息服务决策	82
第六章 制订切实可行的销售计划	83
拟定事业计划书	83
制订商品计划的步骤	84
销售计划的组成	85
畅销商品的统计分析辨识法	86
制订经营计划的原则	87
第七章 生意是与对手“抢”出来的	90
比隔壁的店铺做得好一点	90
店铺要有“当家”商品	91
差异化避免价格战	93
用自信打败竞争对手	94
同行是冤家也是亲家	95
第八章 提高顾客的忠诚度	97
让新顾客成为老顾客	97
提升待客与服务品质	98
想办法招揽到新顾客	100
信誉是一块金字招牌	101



第三篇

掌握店面经营状况——小店铺就是把自己推销给顾客

第一章 小店铺应该采取商品导向	104
与大企业正面冲突没有胜算	104
开个性化店铺，为少数人服务	105
货品要敢于推陈出新	107
应当有自己的“拳头”商品	107
依照顾客的想法提供商品和服务	109
第二章 经营者是出谋划策的高手	111
行家好赚钱，专家易致富	111
站在他人的角度去考虑	112
不要受制于别人的想法	114
书本知识要活学活用	115
知道了烦恼就成功了一半	117
要有打破常规的创新精神	118
培养敢于冒险的精神	119
老板应是出谋划策的高手	121
第三章 把自己推销给顾客	123
优秀的营业员可以提高经营业绩	123
人气很重要，散客也是客	124
增加顾客的购物乐趣	126
旺季一定要热卖	127
淡季也可以不淡	129
第四章 不花钱扭亏为盈	131
用经营理念赢得人心	131
和你的员工一起分析进店顾客	132
延长营业时间	134
在周边散发小店的宣传单	135

第四篇

数字管理教你找出解决方案——财务与会计管理

第一章 财务规划的重点	138
建立健全的财务系统	138
适时对财务指标进行系统分析	138
会计是过去，财务是未来	139
制订一个周全的筹集计划	141





制订切实的目标利润	142
第二章 店铺的财务分析	144
开店前的投资预算很重要	144
财务状况说明书包含哪些内容	145
如何进行损益分析	146
估算店铺每月支出的费用	146
做好店铺财务指标分析	147
如何检查店铺的财务隐患	148
现金流量表的预警作用	149
编制相关财务报表	149
预算要对投资项目进行详细的分析	150
估算固定设备的投入费用	150
如何进行店铺的促销预算	151
如何降低筹措资金的成本	152
第三章 优化小店的现金流	153
现金流的潜在危险	153
加强现金流的管理	154
制订资金运用计划	155
宁愿少赚也不要赊账	156
规范收银作业	157
提高资金的流动率	158
加强对应收账款的管理	159
采取赊购的方式	160
及时追讨回货款	161
第四章 有效控制成本费用	163
小店经不起大手大脚	163
有效控制人员费用	164
促销费用要精打细算	166
有效降低采购成本	166
避免不合理损耗	167

第五篇

打造一支梦幻团队——培训员工

第一章 梦幻团队的几个共识	170
拥有相同的危机意识	170
拥有共同的价值观	171
拥有信任的团队	172
拥有感恩之心	173



主动追求更高的目标	174
第二章 打造梦幻团队的方法	176
优秀员工要具备的素质	176
让全体员工拥有燃烧的斗志	177
给他们确立店铺的愿景	178
正确的员工管理	179
只说加油的员工是不会加油的	181
第三章 招聘到合适的员工	183
找对人先想对人	183
招聘广告是成功招人的关键	184
新人面试的重点	185
看出“钻石”的本质	186
第四章 新员工的培训	188
经营理念	188
商品知识	189
销售技能	190
沟通技能	191
培养团队精神	193
经营管理知识	194
第五章 工作分配和移交	196
根据岗位分配合适人选	196
员工升职、降职、离职的工作移交	197
授予员工工作自主权	198
大胆起用比自己优秀的人	200
第六章 员工的激励与管理	202
提供合适的工作舞台	202
不要只会用钱	203
用店铺规范约束员工	205
管理好兼职员工	206
表彰优秀员工要及时、公开	208
用理解和关爱接纳人	209
采取积极措施挽留优秀员工	210
第七章 晨会是店铺业绩提升的重要因素	213
会议是最好的管理工具	213
晨会对店铺业绩的意义	214
让员工主持晨会	216
晨会上的人员分工	217
晚会同样不可少	218



第八章 员工遭遇难题时的解决方案	220
不知道为什么努力的解决方案	220
不知道该怎么努力的解决方案	221
不知道获得正确评价的解决方案	222
不知道要努力到什么程度的解决方案	224
不推着走就不努力的解决方案	225
不喜欢被别人强迫做事的解决方案	226

第六篇

提升待客与服务品质——提升服务

第一章 妥善接待顾客	230
好的开场白打造店铺亲切感	230
第一时间接待顾客	231
微笑交谈拉近顾客	232
主动与顾客沟通	234
得体赞美顾客	235
倾听是最好的沟通	236
妥善回答顾客的每一个问题	238
以“诚心”换来顾客的“耐心”	239
兼顾来电与来店顾客	240
第二章 探询顾客的真实需求	242
选购商品时重点考虑的是什么	242
买商品是自己用还是送人	243
今天就想买，还是就是闲逛	244
想选购什么颜色的商品	245
想选购什么价位的商品	246
想选购什么款式的商品	247
想选购什么材料的商品	248
想选购什么风格的商品	249
第三章 让顾客喜欢上你的商品	251
掌握好货品资料	251
认清产品的特性	252
掌握示范产品的艺术	253
掌握商品的作用	254
在商品和顾客之间建立联系	256
倾听顾客抱怨，让顾客称心如意	257
巧妙提问，跟着顾客需求走	258



第四章 应对不同类型的客户	260
用真诚打动内向型顾客	260
与果断型的客户谈判要善用诱导法	261
与难以满足的客户谈判，要先接受他们的指责	262
提供唯一选择，与犹豫不决的客户谈判	264
避免向随和型顾客不停施压，以免弄巧成拙	265
稳重的客户要稳重地对待	266
第五章 正视顾客的异议	267
是新款吗？看着就像旧的	267
东西还不错，可惜价格太贵了	268
这件产品功能太多了，没必要	269
我是买来送人的，不合适怎么办	270
挑来挑去都找不到喜欢的	271
你们的产品设计不够美观	272
怎么你家的价格比别人家的高	274
衣服质量有保证吗	275
不知道你们的售后服务怎么样	276
第六章 顺利完成交易	278
留意顾客的购买信息，有倾向性地推荐	278
主动出击，激发购买欲望	279
领会客户每一句话的弦外之音	280
善于运用暗示成交	282
敏锐地发现成交信号	283
欲擒故纵，锁定成交	284
给成交保留一定余地	285
判断顾客购买力，推动交易的完成	286

第七篇

提升回头率——回流客源

第一章 待客规范，让“上帝”心满意足	290
记住顾客的名字	290
了解顾客的购买习惯	292
处理好客户退换货的问题	293
遵守对客户的承诺	294
为顾客提供完善的售后服务	296
与客户进行交流	297
持续改进与客户的关系	299
建立客户数据库	300





赔偿客户的损失	301
为客户节约每一分钱	302
不要欺骗你的客户	304
商品的退换原则	305
第二章 为客户提供个性化服务	307
为客户提供个性化产品	307
对特殊服务实施定制化	308
小恩惠带给客户惊喜	310
用送货上门方便客户	311
帮客户做事	312
提供便利、超值服务	314
节日拜访要预约，带上礼物	315
对大客户要特别照顾	317
缩短谈话时间，增加见面次数	318
防止流失大客户	319
优惠并非越多越好	320
第三章 吸引顾客上门的几个工具	322
传单	322
会员积分卡	323
短信息	323
博客	324
电子邮件	326
第四章 有效化解客户抱怨	327
控制情绪是成败的关键	327
不要辩解你的过失	328
学会应对抱怨	330
不要“踢皮球”	331
谨慎对待新闻媒体	332
处理电话投诉技巧	333
处理信函投诉技巧	334
处理问题迅速及时	336
建立顾客投诉意见处理系统	337
有步骤地开展服务补救	339
不要攻击你的竞争对手	340
从客户抱怨中发掘商机	342
第五章 调查客户，了解客户	343
调查顾客流失的原因	343
掌握顾客的消费取向	344
掌握调查问卷的设计	345
明确客户的类型	346





学会建立客户档案	348
保证客户信息的安全性	349

第八篇

增加新顾客——开发客户

第一章 传单的制作与宣传	352
从招揽顾客的角度设计传单	352
标题是传单的生命	353
员工参与传单设计	354
把传单送到目标客户手中	356
有奖回收传单	357
第二章 选准推广业务的对象	359
细分目标市场	359
和陌生人做朋友	360
不放弃未成交的客户	362
把潜在客户变为真正客户	362
从对手那里找客户	365
利用你的满意客户群	365
利用互联网等开发客户	366
发名片开发客户	367
第三章 建立认知，建立信任	369
引起潜在顾客的注意	369
良好的形象会让顾客接受你	370
在店铺现场制造热闹气氛	372
了解顾客，满足客户需求	373
慢慢积累名声	374
情感广告是制胜的“法宝”	376
招牌应该醒目	377
第四章 从顾客的需求入手	378
了解顾客偏好，才能投其所好	378
巧妙地提问，挖掘顾客的真正需求	379
不要臆断顾客的需求	381
顾客的购买标准并非雷打不动	382
找到共同话题，掌握主动权	384
第五章 促销争取客户	385
选择最佳的促销时机	385
折扣促销提升产品性价比	386
名人促销塑造店铺的好形象	386





免费赠送“小恩小惠”	387
活动促销开展竞赛与抽奖	388
优惠券促销	389
利用“饥饿营销”巧妙促销	390
样品赠送利用占便宜的心理	391
事件促销	393

第九篇

店面经营的核心——加速商品流转

第一章 让商品陈列成为无声的导购	396
利用陈列细节打动客户	396
把周转快的商品排列在显著位置	398
分类陈列凸显商品特征	399
波段上货，新鲜感不断	400
营造“精品”氛围	401
主题陈列商品	403
整体陈列商品	404
特色陈列商品	405
分区陈列商品	407
季节陈列商品	408
分层陈列商品	410
组合陈列商品	411
第二章 卖最合适的商品	413
卖日常需要的商品	413
卖市场火爆的商品	414
卖性价比高的商品	416
卖季节性强的商品	417
卖独一无二的商品	418
卖特定人群需要的奢侈品	420
卖客户定制的产品	421
卖互补性高的产品	422
第三章 适时适量地进货	425
买不来利就卖不来利	425
轻松搞定进货渠道	426
按销售火爆程度进货	428
按季节特点进货	429
按供应地点进货	431
按产品生命周期进货	432
广泛搜集商品信息	434





采购验收杜绝以次充好	435
验货把好商品质量关	436
第四章 定一个消费者心动的价格	438
顾客最需要的是实惠	438
独家商品价格可以偏高	439
利用数字错价定价	441
日常消费品低价策略	442
有文化内涵的产品不要轻易打折	443
分割定价策略	445
第五章 有效地控制存货	447
加速商品流通	447
选择高流转性的商品	448
及时去旧换新	449
经济化储存商品	450
把握好库存容量	452
分门别类地管理商品	453
建立商品的保管账	454
盘点商品需及时	455
第六章 妥善处理滞销品	457
重新组合，创造整体需求	457
重新组合销售	458
通过特卖走出去	459
退回厂家交换	459
如何处理换季商品	460
如何处理品牌库存	461

