

KNOWLEDGE ABOUT SET UP SHOP

—— 一册在手 · 开店无忧 ——



开店 必读

李 凡 〇 编著

—— 开店创业的专业级指南 ——

找准开店方向 · 做足开店准备

掌握开店流程 · 做好店铺管理

为你的创业与经营助一臂之力

广东省出版集团
广东经济出版社

KNOWLEDGE ABOUT SET UP SHOP

—— 一册在手 · 开店无忧 ——



开店 必读

李 凡 编著

—— 开店创业的专业级指南 ——

找准开店方向 · 做足开店准备

掌握开店流程 · 做好店铺管理

为你的创业与经营助一臂之力

广东省出版集團
广东经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

开店必读 / 李凡编著. — 广州: 广东经济出版社, 2013. 7

ISBN 978-7-5454-2439-3

I. ①开… 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 142280 号



出版发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 11~12 楼)
经销	全国新华书店
印刷	惠州报业传媒印务有限公司 (惠州市江北文华 1 路惠州日报社)
开本	730 毫米×1020 毫米 1/16
印张	19.5
字数	269 000 字
版次	2013 年 7 月第 1 版
印次	2013 年 7 月第 1 次
印数	1~5 000 册
书号	ISBN 978-7-5454-2439-3
定价	38.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

发行部地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话: (020) 38306055 38306107 邮政编码: 510075

邮购地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话: (020) 37601950 营销网址: <http://www.gebook.com>

广东经济出版社新浪官方微博: <http://e.weibo.com/gebook>

广东经济出版社常年法律顾问: 何剑桥律师

· 版权所有 翻印必究 ·

前言



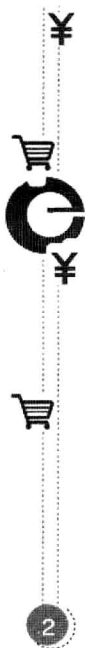
开店，对很多人来说是一个美好的梦想。可是，一旦真正开始经营，你会发现“老板梦”易圆，“成功梦”易醒。尤其是对那些从未受过专业训练或未有开店经验的人来说，在开店前后所面临的问题，常常令人不知所措，只能摸着石头过河，最终结局自然常常不能令人满意。

那么，如何才能改变这种困境，从开店菜鸟快速成长为开店达人呢？

本书正是为此而生，从开店之前的筹备策划、装修设计，到开店过程中的商品管理、人员管理、销售管理、服务管理和财务管理，再到店铺扩张时的连锁经营和专卖店管理，开店新手所需要的知识一应俱全。通过这些内容的吸收和消化，读者可以清楚掌握店铺投资的基本轮廓，为真正成长为开店达人（专业投资者）做好准备。

本书以实用为原则选取内容，采用简洁明快的语言，尽量细致地阐述开店过程中的一些重要管理知识。读者通览全书，可能发现本书的内容似乎非常普通，好像没有什么神奇之处。其实，只要这些朴实的工夫修炼到家，那就是笑傲江湖的神功。

请记住，赚钱没有捷径可言！不可能大喊一声“芝麻开门”，金银财宝就如同流水般进入你的家门。这些貌似简单的知识，实际上已经涵盖了决定开店赚钱与否的主要内容。各位老板如果可以掌握所有相关知识，并选取其中部分自认为较为重要或者自己较为欠缺的理论进行更加深入的学习，然后结合自己开店经营的实务进行融会贯通，就可以快速



成长为专业级的开店达人，为获取理想的投资收益奠定扎实的基础。

最后，预祝各位老板马到成功，“钱途”一片光明！

编 者

目 录



筹备策划篇

第一节 开什么店	2
第二节 怎么选择开店的位置	3
第三节 选择店址有哪些方法	4
第四节 如何判断所选店址的好坏	8
第五节 开店资金的筹备	21
第六节 如何办理开业手续	25

装修设计篇

第一节 店铺如何装修	36
第二节 商品展示有哪些技巧	50
第三节 商品包装有哪些技巧	53
第四节 如何给商店起个好名字	56
第五节 开店实战指南	57

货物管理篇

第一节 商品采购	106
----------------	-----



第二节	商品运输	113
第三节	商品验收	117
第四节	商品储存	118
第五节	商品盘点	121
第六节	商品损失	122
第七节	怎样识别货色	124

人员管理篇

第一节	老板如何树立权威	138
第二节	老板如何激励员工	139
第三节	老板如何批评下属	140
第四节	老板如何留住人才	142
第五节	老板如何辞退员工	144
第六节	老板如何调解纠纷	147

老板理财篇

第一节	老板要懂财务	152
第二节	聘请一个好会计	153
第三节	怎样看总账和明细账	154
第四节	怎样看资金账	155
第五节	怎样看成本账	156
第六节	怎样看财务成果账	157
第七节	怎样看财务报表	158

攻克销售难关篇

第一节	摸准顾客的购买心理	162
第二节	怎样应对“太贵了”或“赚不到钱”的说法	165
第三节	怎样应付“让我考虑一下”的顾客	166
第四节	怎样对待犹豫不决的顾客	167
第五节	说服顾客的技巧	168
第六节	创造顾客的技巧	171
第七节	刺激顾客购买八诀窍	174
第八节	推销滞销产品十一招	176
第九节	小店销售小窍门	179
第十节	买卖迅速成交十法	185
第十一节	商品定价谋略十三诀窍	190
第十二节	不花钱也能收到很好的促销效果	197
第十三节	即使行人稀少也能招徕顾客	198
第十四节	令顾客在店铺开门前排队	199

观念更新篇

第一节	老板应是出谋划策的高手	202
第二节	老板应是“万金油”	205
第三节	老板不可鼠目寸光	206
第四节	老板不墨守成规	207
第五节	老板不怕失败	208
第六节	老板应是冒险家	209
第七节	老板应是“狂人”	210



第八节	老板应是“润滑油”	211
第九节	老板应“衣冠楚楚”	212
第十节	老板应在酒宴上应付自如	214
第十一节	老板不应嫌弃糟糠之妻	216
第十二节	成功老板的金钱观	218

服务艺术篇

第一节	顾客对商店的期望	222
第二节	接近顾客的技巧	224
第三节	商品提示的技巧	226
第四节	制造热烈的现场气氛来影响顾客	227
第五节	开展个性服务、专场服务和灵活服务	230
第六节	百问不烦，百拿不厌	231
第七节	怎样处理顾客的抱怨	233
第八节	识别具有决定性购物权的人	235
第九节	充实“附带服务”，增加顾客数量	236
第十节	充分发挥小店的特点	239
第十一节	让商店成为聚会场所	241
第十二节	服务技巧与策略十招	243
第十三节	店铺不赚钱的五个原因	251
第十四节	门市生意赚钱的八个特征	255

连锁店篇

第一节	开店前的策划	260
-----	--------------	-----

第二节	连锁店的经营策略	265
第三节	网点布局 and 商品选择	270
第四节	连锁店的进货与销售	274
第五节	店堂布置与货物陈列	276
第六节	宣传技巧与商品促销	278
第七节	连锁超市的经营管理	284
第八节	世界著名的连锁店	286

专卖店篇

第一节	专卖店的地点选择	292
第二节	专卖店的店型选择	293
第三节	专卖店的商品陈列	297
第四节	专卖店价格调整策略	299



筹备策划篇



第一节 开什么店

开店，对很多人来说是一个美好的梦想，尤其女性对开花店、服饰店、咖啡店等，更是情有独钟。等实际经营起来，才会发现虽圆了“老板梦”，却不是百分之百的美好。

对于一个从未受过管理训练或未有开店经验的人来说，在开店前后所面临的问题，常常令人不知所措，或者，干脆也就“误打误撞”起来，变成碰到一件事情，就处理一件事情的局面。最后的结果是，资本雄厚者，尚可能撑个一年半载；没有多少本钱的，过不了几个月，也许就收山了。不管怎样，这都是开店者当初所始料未及的。你适合或准备开哪种店？这是一个大而空洞的问题，谁也难以回答。具体开什么店根据店主自身的情况、店铺所在地大环境、所在街区小环境等特殊情况而定。

开店前应进行充分的调查，没有调查就没有发言权。在选择开某种店之前，你必须对目标市场进行预测和调查。比如，店铺所在地人口分布情况，附近聚集的单位性质、工作性质，本区域消费能力、习惯，有无同类店铺；若有，其生意好坏；今后如何竞争；若你能越深入了解目标客层，在店铺定位时便愈能投其需要与喜好。

有两种情况：一种情况是事先已确定开某种店，再分析店铺将定下的地段是否可做这样的生意；另一种情况是对某位置所在区域有充分了解后再确定开设某种店。

后一种情况往往是事先没有准备开店，而灵光一现，预测开某种店会赚钱后才抓住机会开店。但这两种情况均是道理相通的：要调查、要分析市场需求。没有调查就没有发言权。有的人一看见某某店铺转让，

觉得其口岸不错，价格也不贵，便贸然接手下来，殊不知开店之后才发现目标市场太小，甚至造成无人上门的窘境，但为时已晚。若你平时细心观察，有时便会发现某店铺门面上经常都写着“转租”二字，老板换了一拨又一拨，说明都没赚到钱。还有一种情况，同一店铺经常变换着形式，一会儿是蛋糕店，一会儿又书店，一会儿又服装店，一会儿又小吃店，也说明了这一些店都没有成功。而相反的情况是：有的店铺几年来均是药店，或其他一种固定的店，一直没有改变，这说明该店有生意可做，有钱可赚，其选择是正确的。

具体开店时，还应与自身情况相结合。自己对将要从事的行业是否熟悉，或自身的素质是否能胜任，等等，均要适当考虑到，特别是初开小店者，往往采供销一人身兼数职，什么事都得自己做。



第二节 怎么选择开店的位置

店铺立地环境的好坏有两种含义：一种含义是指店铺周围环境状况。比如有的饮食店开在公共厕所旁或附近，不远处便是垃圾堆、臭水沟或店门外灰尘飞舞，或邻居是怪味溢散的化工厂等，这便是恶劣的开店环境。另一种含义是指店铺所处位置繁华程度。一般来讲，店铺若处在车站附近、商业区或人口密度高的地区或同行集中的一条街上，这类开店环境应该具有比较大的优势。

交通条件是否方便：顾客到店后，停车是否方便；货物运输是否方便；从其他地段到店乘车是否方便等。交通条件方便与否对店铺的销售有很大影响。

周围设施对店铺是否有利：有的店铺虽然开在城区干道旁，但干道两边的栅栏却使生意大受影响。因此在选择临街铺面时，要充分注意这

点。如何选择呢？

典型街道有两种：一种是只有车道和人行道，车辆在道路行驶，视线很自然能扫到街两边铺面；行人在街边行走，很自然进入店铺，这种街道开店比较好。但街道宽度若超过 30 米，则口岸又将打折扣，街道太宽敞有时反而不聚人气。

据调查研究，街道为 25 米宽，最易形成人气和顾客潮。另一种典型街道：车道、自行车和人行道分别被隔开，其实这是一种封闭的交通，选择这种位置开店不太好。

服务区域人口情况：一般来说，开店位置附近人口越多，越密集越好。目前很多大中城市都相对集中形成了各种区域，比如商业区，旅游区，大学区等，在不同区域开店应注意分析这种情况。

目标顾客收入水准：在富人聚集的地段开设首饰店、高档时装店便是瞅准了目标顾客高收入这一特点。城市周边建设的各种商业别墅群或有档次的小区，都是富人聚集的地方之一。

有三岔路口、拐角的位置一般为好位置，坡路上、偏僻角落、楼层高的地方位置较次。

影响开店位置的因素很多。为什么有的偏僻小巷的店铺生意年年兴隆，而有的繁华地段的店铺却经营艰难，这正应了一句话：具体情况具体分析。位置的好坏，是相对的而非绝对的。生意的好坏不仅仅取决于店铺位置，它与店铺经营内容、经营方式、服务、形象均有密切关系。



第三节 选择店址有哪些方法

很多人对于开业的场所并没有固定的目标，只是一味地想：“我要开店”。这类人偶尔看见这样的报纸广告——“店面廉价出租”、“任何

生产皆宜”、“尽速联络，以免错失良机”，多半会怦然心动、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，你选择店址时，不要妄下决心，避免造成不必要的损失。

张先生由于兴致所致，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，据他自己说，成功的最大原因在于选对了店址。

对于刚开业的人来说，最苦恼的莫过于选择店址了。事实上，张先生也不是一开始就在该地进行经营的，他换过两次地点。他的经验很值得进行仔细地介绍。

张先生决定在现址开店以前，曾经有意在一个宁静的社区进行经营，后来发现那里的过路人太少，只有很少一部分人会光顾，于是便决定将店址选择在闹市区。后来，他终于找到一个理想的店址，这里人来人往，客流很大，而且租店的费用不高，但这里多的是酒吧、咖啡店、夜总会，是适宜夜生活的商业区，和自己经营民俗工艺品的风格、气氛都不相符，衡量之下，张先生放弃了这个想法。

接着有人介绍，有一处距车站1公里左右的商店，这家商店位于旧住宅区的商业街一角，各种条件看起来也不错，但这一带多的是日用百货的专卖店，又和自己的民俗工艺品感觉不符。

最后，张先生决定在一处高级住宅区的一角落脚，这里邻街，从高架桥上都可以看见店内的陈设，过往行人也时时顺便折进来看看，这样，张先生的生意日渐兴隆。

从这个例子可以看出，并非是闹市、商业区就好，店址的选择要和自己所经营的项目和所在地的居民构成联系起来。

一、首选繁华地段

我们也会发现，有些经营规模较小的店主，往往会避开经营场所较多的地方，而把自己的商店开设在较为偏僻的地方，使自己不至于在竞争中胳膊拧不过大腿。事实上，经营场所多的地带，正是商业繁荣的地



方，这里顾客云集，商品的吞吐量大。而偏僻的地方，即使竞争的对手少，可是没有顾客，我们把商品卖给谁呢？所以，要想有理想的经营效果，就应该把自己的商店尽量往繁华地带挤。至于人家的规模比自己的大，我们也不必担心。小规模自有小规模的好处，我们可以在商品的“奇”和“精”上下工夫。小商店要想在大商店的夹挤下生存和发展，只有在经营的花样上与众不同，这才是较好的选择。比如，我们可以开专卖店。虽然我们在品种和数量上比不过人家，但是，我们可以就某一方面的商品做到应有尽有，比同类的大商店的品种还要齐全。

二、零售生意应选人口稠密和交通方便的地方

对于有些暂时没有成行成市的商业零售业，场地一般要选在人口稠密区或交通方便的地方。人口稠密区一般来说是指商店多和人口密集、流量大的地方。商店越多，越能吸引更多的顾客，在那里哪怕占有一席之地也好。交通方便的地方，顾客来去方便，所购货物又能及时运走。例如，火车站周围就是商品零售的宝地。

三、批发生意应选在成行成市的地方

批发业应尽量靠在专业性的成行成市之处。批发业的特点是数量大而利薄，故要把数量列为首要条件。一般来说，成行成市的地方，客户往往较多，他们在选购时，就会来询问和选购你的商品。你不必担心这种地方的竞争，要进入批发市场，你首先就要有竞争的意识与准备。若是初“下海”之人，你不一定能很快找到最低的进货价格，但你绝不会以这一市场的交易价作为你在另一市场的进货价。这种市场的外部其他条件你不必过多地考虑，因为这种市场之所以能够发育成熟，适应各种外部条件几乎是必然的。你在这种地方经营能很快地得到锻炼。竞争的人越多，市场就越发达，各种外部条件也就会越来越好。你能在这样的地方较快地结识更多的客户与供应商，能了解到更多的商品信息。成行

成市的地方，不是一朝一夕就出名了，也不是一家两家就出名了，而是要成千上百家，经营十年、几十年才能出名，才能成行成市。例如，浙江义乌，河北白沟的小商品市场，广州的布料市场、电器市场都非常有名。

四、选择临街铺面

商业零售业与服务行业有许多共同之处，它的服务对象都是以使用为目的的个人或集团。这类行业选择经营场地的先决条件是进入人口稠密区，而且要求有临街的门面。你的门面越大，陈列的商品越丰富，就越容易引起路人注目，营业额也就越高。有人认为“酒香不怕巷子深”，只要我的东西好，不愁没人买，这话初听起来似乎有道理，但毕竟只是相对而言，“巷子”越深，知道的人就越少，同时巷子出入不便，也不利于人家购买，营业额就不易提高；反之，若有“好酒”，又不在“深巷”，岂不更好！对于经营者而言，既要有好店址，又要有“好酒”，才能两全其美。

五、选择场地需考虑仓储因素

绝大多数行业都必须具备仓库吞吐货物。一般来说，仓库位置不宜太远，又要交通方便，进门出口、装货卸货都不拥挤就好。同时还要注意防火、防盗、防霉、防污染等因素，避免外界原因给自己的经营造成不必要的损失。

六、好店址，看准了就要果断下手

每个场地都是有主的，都有人管。选择场地，好比年轻人找对象一样，你选人家，人家也选你；你看人家的条件，难道人家不看你的条件吗？因此，只要基础（码头）好，有发展前途，看准了就下决心定下来，环境和条件差一点，可以边经营边建设，逐步改善环境，创造好的