

<<成功开店营运手册>>

图书基本信息

书名：<<成功开店营运手册>>

13位ISBN编号：9787501771400

10位ISBN编号：7501771405

出版时间：2006-1

出版时间：中国经济出版社

作者：肖建中

页数：353

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<成功开店营运手册>>

### 前言

俗话说：“要想富，开店铺”，“一铺养二代”。

可见从古至今，拥有并经营好一家旺铺，是平稳致富的好门路。

21世纪，是一个各项消费需求急剧膨胀的年代，“投资开店，为自己打工”已成为许多人创业致富的梦想。

因为相对其他投资方式来说，开店的投资可以是上千万元，也可以是数千元，启动起来比较容易。

因此，上至千万富翁，下至平民百姓，几乎人人都可以选择开店致富，开店成了很多人发家致富的首选。

但另一方面，开店并不是像有些人想象的那么简单，以为筹措一笔资金，找到一个铺面，购进一些货物，招聘几个员工，就能保证日进斗金。

要想在众多店铺中脱颖而出，保持生意兴隆，其中大有学问：首先是要选择合适的店址，做好店面设计装修、商品组合和采购以及人员招聘与培训等工作；店铺开张后，又涉及如何管理员工、如何开发顾客、如何策划促销等等。

这些都关系到门店生意兴衰成败，是摆在每一位店铺经营者面前必须解决的难题。

如果这些难题不能得到及时的解决，有可能只赚得个热闹与忙碌。

## <<成功开店营运手册>>

### 内容概要

一册在手 赢利无忧 据统计,许多开店的创业者竟然没有接受过一次专业的培训,他们就像黑夜中苦苦摸索的前行者,开店管店全凭惯性和运气,甚至很多人天天都在犯最基础的错误,但他们自己却浑然不觉。

其实开店管店旺店是一门很深的学问,选址、卖场设计与布局、商品陈列、员工管理、店铺的日常营运管理等项项都有讲究、都有窍门。

本书作者基于自己十余年的店铺一线实战经验,结合大量案例进行分析,系统地阐述了开店管店旺店的关键要素与方法技巧,是中小店铺经营者不可多得的操作指南,也是是门店终端导购、店长及主管、经理、加盟商必备的实战宝典,更是馈赠员工及加盟商的最佳礼物。

## <<成功开店营运手册>>

### 作者简介

肖晓春，华夏鸿图企业管理有限公司总裁，睿众（中国）管理咨询机构首席顾问，连锁标准化管理先行者，终端业绩引爆模式开创者，精细化店务管理实践者，中国连锁终端培训领军人物，中国经济标杆培训丛书主编，多个行业协会专家顾问，著名连锁&营销双栖专家。

肖老师历任多家名牌企业总经理、首席顾问及重点大学教授，联合了一大批拥有十年以上实战经验的资深培训师，领衔原创的课程有“王牌店长特训营”、“终端业绩引爆研习营”与“连锁标准化管理研习营”等特色培训项目，给多个世界500强企业与企业百强企业提供量身定做的顾问式培训，辅导成千上万的经销商与连锁店规范管理并大幅度提升业绩，以专业、系统、实效闻名业界，被誉为品牌企业内训和经销商大会、加盟订货会最受欢迎的“王牌导师”。

肖老师著作或主编的培训实务图书有：《零售终端实战培训手册》、《鞋包皮具热销有绝招》、《美容化妆品热销有绝招》，《医药保健品热销有绝招》，《手机电脑热销有绝招》、《家电数码产品热销有绝招》、《家居建材热销有绝招》、《商超百货热销有绝招》、《房地产热销有绝招》、《服装热销有绝招》、《开店管店旺店》、《王牌店长》、《汽车销售实战情景训练》，《精细化营销》等。

## &lt;&lt;成功开店营运手册&gt;&gt;

## 书籍目录

序：如何开一家赚钱的旺铺第一章 开店选址与开业策划开篇案例：AA童装店的选址标准开店选址：地段、地段，还是地段商圈调查 / 3商圈评估 / 8选址决策六步法 / 14租赁签约要留心 / 24开业策划三重奏店面装修 / 29开业筹备 / 31开业庆典 / 38第二章 “内外兼修” 打造黄金卖场开篇案例：张女士的银饰店店面形象五要素外观设计：美观+个性 / 46招牌设计“点睛” 有术 / 49出入口设计四要点 / 52橱窗设计：“勾引” 顾客的艺术 / 52巧用三种灯光烘托环境 / 55特色卖场设计卖场设计的五个原则 / 59美观舒适卖场的布局方法 / 61营造卖场氛围的五个要素 / 65陈列展示：吸引顾客眼球的剧场完美陈列的六项原则 / 70陈列出彩的十大方法 / 74像表演一样解说你的商品 / 79第三章 高效益商品管理——把握店铺经营之“本” 开篇案例：老张的货品配搭“公式” 进货管理：适时适量进货管理三原则 / 86把握进货的最佳时机 / 88进货作业三部曲 / 89存货管理：恰到好处的学问存货管理的重要性 / 92恶性存货从何而来 / 93存货控制的策略与方法 / 94变价管理：按需应变为什么要调整商品的价格 / 97商品变价的三大策略 / 98商品降价的时机选择 / 100盘点管理：账实应相符盘点目的及原则 / 102盘点作业规划三要点 / 104盘点作业实施流程 / 107盘点作业注意事项 / 111损耗管理：一个都不能少商品损耗从何而来 / 113防损控制三大措施 / 119残损商品处理程序 / 120第四章 销售服务，从细节开始开篇案例：让顾客购买产品后还得说谢谢店铺常规作业三部曲第一步：营业前作业 / 125第二步：营业中作业 / 125第三步：打烊后作业 / 126销售服务的八大要点要点1：营业前的准备 / 127要点2：早会流程 / 127要点3：营业迎宾与销售程序 / 129要点4：收银流程及管理 / 130要点5：陈列整理 / 133要点6：营业结束的盘点流程 / 133要点7：卖场保洁 / 134要点8：日常维修 / 138顾客服务：态度是关键接待顾客的四大要点 / 139做好销售服务的四个要求 / 140服务过程七项注意 / 142、第五章 促销策划与实施——给顾客一个购买的理由开篇案例：让顾客格外珍惜的优惠券促销策划——给顾客一个消费理由明确促销目的 / 149选择正确的促销方法 / 152宣传媒体的选择与应用 / 155需要考虑的五个市场因素 / 158各类促销活动的实施开业促销：点燃激情的第一把火 / 161竞争促销：更高、更快、更强 / 163节假日促销四妙招 / 165库存促销不只是降价销售 / 168其他促销 / 170促销评估与控制怎样进行促销评估 / 174促销评估的三个阶段 / 178促销的计划控制与成本控制 / 182第六章 信息情报的收集与应用——知己知彼胜算大开篇案例：林跃旺店的秘密武器顾客信息，来自“上帝” 的声音顾客信息收集的内容 / 187顾客信息收集的方法 / 188.....第七章 店铺选、育、用人才第八章 打造店面王牌之师第九章 店铺绩效评估与扭亏为盈第十章 顾客投诉与异常情况处理——化危机为转机

章节摘录

2. 商圈评估方法 商圈评估的方法有很多,但常见的主要有以下几种: 根据区域位置进行评估 如果顾客需要历尽艰辛才能到你的店里来,那么即使住得很近,这地方也不能算进你的商圈。

相反,如果你的店交通便利,附近又有各具特色的专卖店,那么客人即使住在几十公里之外,心理上也不觉得远,就可以算进商圈内。

根据商圈的形状进行评估 因为上下班或顺道而常从店门前经过的人,很可能会买东西,所以该客人居住的地方也可以列入商圈;而那些即使住在附近却从未光顾你的店铺的人,其所住区域却不能包含在商圈内,所以商圈的形状通常并不规则。

根据消费者实际乘车或步行时间进行评估 无论未来顾客以何种交通工具前来,选址时都应该亲自用走路或乘车方式,顺着顾客购物的线路,看看道路的坡度、公交车线路及等车时间等情况。估算一下顾客若到你的店铺购物,坐公交车需花多少时间等车、坐车,还有对单行道等交通限制及塞车地点、程度,出入停车场是否方便等,也都应该有所了解。

如此沿路测出消费者实际上经过的距离,做上记号,最后把这些点连起来,就能掌握商圈范围了。

修正初步估计商圈 最后的工作就是对已初步确定的商圈进行修正,主要途径就是根据所经营的商品或服务,对店址附近的顾客进行调查。

<<成功开店营运手册>>

编辑推荐

《开店管店旺店》内容已帮助数十万人成功开店创富，克隆成功者的成功经验，复制成功者的赢利模式。

小店做大——差异化求生存      大店做旺——正规化求强大      旺店做名——品牌化求发展

<<成功开店营运手册>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>