

<<开店赚钱的操作细节>>

图书基本信息

书名：<<开店赚钱的操作细节>>

13位ISBN编号：9787509609262

10位ISBN编号：7509609267

出版时间：2010-5

出版时间：经济管理出版社

作者：冯建军

页数：222

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>

<<开店赚钱的操作细节>>

前言

这几年，专营店渠道在美容化妆品行业中的地位越来越突出，种种利好迹象也正表明，在未来较长的一段时期内，这种创业模式的潜力和前景还是相当看好的。因此，近年来化妆品店面数量的上涨率非常可观，据不完全统计，全国每年新增的化妆品店面数量超过6000家。

开店分为两种：赚钱的和不赚钱的。

赚钱的店往往相似，而不赚钱的店。

原因各有不同。

其原因或者是经营者没准备好，仓促上阵；或者是选址不当，错失商机；或者是经营技巧欠缺，竞争乏力；或者是管理不善，成本过高……这些因素，都是现实存在的，但是，也都是可以避免和解决的。

很多创业者都认为，开一家小店门槛不高，只要有门面、有产品，诚信经营就可以了。

但是实际上，开店也有很多的细节，这些细节决定着一家店面是否能够长期盈利和可持续发展。

就拿南京百分女人来说，每一个加盟店，实际上也只是一个单店，但是，由于总部提供和传授了一套开店的细节及管理经验，从选址到店面设计，从产品搭配到经营管理，还有对顾客的精准把握，才能使南京百分女人在平凡中树立起自己的特色，成为专营店发展的一面旗帜。

说起开店的经验以及各个环节上需要注意的地方，很多店老板其实也很清楚，这些细节很重要。

但是，这些道理懂归懂，可是到真正面对之时，又不知该如何处理，这是店老板们普遍存在的问题。

因此，一直以来，很多半店老板都在盼望着，行业中能有一本对开店细节管理进行比较系统化讲解的实用工具书，而现在，冯建军老师的新书《开店赚钱的操作细节》就帮我们做了一个很好的归纳与总结。

<<开店赚钱的操作细节>>

内容概要

没有必要痴迷和陶醉于一幅“屈臣氏山水画”，屈臣氏实际上没有什么“了不起”的（因为其基因无法复制，也没有必要去复制！

），所以，我们应该忘记它！

因为，在全世界比屈臣氏市场发展成熟、生意规模庞大的连锁店比比皆是！

姑且不谈麦当劳和肯德基。

有如：誉满全球的7-11便利店，不仅具有悠久的历史，而且还历经了曲折的发展历程，几十年来，她几乎经历了所有特许经营业务中可能遇到的问题，从主营业务的变更、企业的易名、品牌的建立、企业的并购，到跨文化的差异以及历史科技发展的挑战等，无不说明7-11便利店在树立卓越的同时，不愧为全球特许连锁经营的“活化石”，值得我们本土零售业经营者和从业人员认真研习。

古语有云：“知者乐水，仁者乐山。

”单店不强，不足以生存，单店没有行业竞争力或者区域竞争力，则不足以面对跨区域市场的规模化扩张。

零售，智慧的交锋和智者的游戏。

今天的零售业经营者和准入者只有打开自己的视角，用泛业零售的逆向策略和长效评估来进行借鉴、思考，这样才能根本摆脱同业高同质化竞争的梦魇！

<<开店赚钱的操作细节>>

作者简介

冯建军，国内日化、美容化妆行业权威、资深专家，有着16年的营销行业经历。其深谙日化、美容化妆、药物化妆及个人护理用品业务的全案企划和市场推广。其对“特许品牌建设和连锁加盟实施业务”有着深刻的理解和认识，长期致力于“国内日化、美容化妆/个人护理用品领域”、“国内健康品业/个人口腔护理用品领域”的持续研究和深入实践。其现任广东精实营销管理顾问有限公司总经理，中国品牌研究院研究员，中国十大策划专家、中国美容化妆品十大经理人、中国最具有影响力100人，清华大学企业总裁班特邀讲师，北京大学美容化妆品高级研修班讲师，中国香港怡和管理顾问有限公司日化、美容化妆品业务中国区讲师，国内多家风险投资公司化妆品行业战略顾问。

<<开店赚钱的操作细节>>

书籍目录

第一章 开店——让草根创业者白手起家 第一节 白手起家，激情创业圆己梦 一、激情是成功的灵魂 二、激情不等于冲动 三、平常心是最强大的动力 第二节 草根也能成功做老板 一、科学规划——核算开店资金 二、融资有道——筹措开店资金 第三节 开店的六种能力 一、认知能力 二、经营能力 三、规划能力 四、管理能力 五、研判能力 六、培训能力 第四节 吃苦耐劳，通往成功的康庄大道 第二章 选址——合理才有“钱”途 第一节 选对店址，店才能“活” 第二节 如何选择“淘金地” 一、搜集信息 二、实地考察 三、确定地点 第三节 别盲目争取黄金地段 第四节 选址，关键因素不可忘 一、客流集中 二、交通方便 三、地理环境适宜 四、竞争有度 五、购买力因素 第五节 选址，亦要有原则作指导 一、便利顾客 二、利于发展 三、利益最大化 四、因“店”制宜 第六节 选址，出奇才能制胜 一、善用“拐角效应” 二、“互补共赢” 三、留意潜在商业价值 四、“背靠大树好乘凉” 第七节 选址，莫踩“误区” 一、“行人越多越兴隆” 二、“路边店，好选择” 三、“非风水宝地不嫁” 四、被忽视的可行性评估和测算 案例一 第三章 店面设计——让顾客“一见钟情” 第一节 恰如其分的店面设计 一、锁定行业特色 二、明确顾客定位 三、协调周围环境 四、提高店面能见度 第二节 画龙点睛的店名设计 一、瞄准目标市场 二、吸引顾客眼球 三、适应当地文化 四、遵循法律法规 第三节 独具匠心的招牌设计 一、招牌要“形”式各异 二、招牌要肉皮鲜明 三、招牌要异“彩”纷呈 四、招牌要以“情”动人 第四节 吸引目光的橱窗设计 一、精心设计你的“心灵之窗” 二、橱窗表现，手法各异 三、橱窗类型，千姿百态 第五节 科学合理的出入口设计 一、出入口数量 二、出入口类型 三、出入口设计技巧 案例二 第四章 产品选择——选对产品赚对钱 第一节 选择产品要擦亮双眼 一、好产品代表好利润 二、擦亮双眼，寻找好产品 第二节 赚钱产品的特征 一、独具特色 二、销售畅通 三、市场前景广阔 四、利润空间大 五、品牌效应突出 第三节 选择新产品的六个关键点 一、考虑自身资源 二、把握市场资讯 三、评价新产品 四、注重产品的关联性 五、有计划地选择 六、注重试销 第四节 不要只卖便宜产品 一、便宜产品带不来好利润 二、兼顾不同档次的产品 案例三 第五章 商品采购——开店赚钱贵在有道 第一节 商品采购须知 一、商品采购有原则 二、商品采购九步曲 第二节 “货比三家”不吃亏 第三节 适时适量采购 一、把握最佳采购时机 二、掌握最佳采购数量 第四节 合理化商品运输 一、商品运输有标准 二、商品运输有良策 第五节 规避采购风险 一、采购亦有风险 二、风险规避对策 案例四 第六章 商品管理——店铺健康运营的关键 第一节 经济化储存商品 一、科学选择存放地点 二、把握好库存容量 三、分门别类管理商品 四、建立商品保管账卡 第二节 盘点商品需及时 一、及时盘点很重要 二、商品盘点有程序 第三节 妥善处理滞销品 一、重新组合，创造整体需求 二、巧“傍”畅销品 三、内部挖掘，对应深化需求 四、免费奖励 五、退回厂家交换 六、和其他商家联合 七、捐赠 八、适度特卖 第七章 商品定价——把握店铺经营之本 第八章 商品陈列——让商品自己说话 第九章 商品促销——给顾客一个购买的理由 第十章 店员管理——构建独特的店铺竞争力 第十一章 理财——做好自己的会计师 第十二章 服务——让顾客掏钱后再说声“谢谢” 第十三章 升级——由零售向“长寿”转变 第十四章 扩张——加速完成商业模式的连锁复制后记

<<开店赚钱的操作细节>>

章节摘录

橱窗广告的设计构思和表现手法，综合了社会学、市场学、心理学以及现代科学技术等各种因素。风格各异的橱窗设计，体现了各个商店独特的品位，它能让顾客更直观、更迅速地认识你的商店和商品。

随着商品经济的发展，传统的一成不变的商品展示方式早已不能适应社会的发展，只有创意新颖、风格独特的橱窗设计才能吸引行色匆匆的脚步。

如何在短短几秒钟内吸引顾客的眼球，这是每个店铺经营者进行橱窗设计时应考虑的一个问题。

三、橱窗类型，千姿百态通常而言，橱窗设计有如下几种类型。

1.专题式橱窗设计专题式橱窗设计，可以以广告作为专题的中心，围绕某一件特定的事情，将不同类型的商品进行组织陈列，向大众传输一个诉求主题。

例如，场景陈列：将一些专用商品、同类型的商品用一个橱窗进行单独陈列，在橱窗中设置成特定场景，以诱发顾客的购买行为；事件陈列：以社会上某一项活动为主题，将关联商品组合起来的橱窗；节日陈列：以庆祝某一个节日为主题组成节日橱窗。

2.特写式橱窗设计特写式橱窗设计，即在一个橱窗内集中展示，重点渲染、重点推荐某一产品，以树立品牌形象。

例如，单一商品特定陈列和商品模型特定陈列等。

3.综合式橱窗设计综合式橱窗设计也称系统式橱窗设计，是指将许多不相关的商品综合陈列在一个橱窗内，以组成一个完整的橱窗广告，可分为横向橱窗设计、纵向橱窗设计、单元橱窗设计。

由于商品之间的差异较大，这种橱窗设计把握不好就容易给人一种乱糟糟的感觉，因此在设计时必须谨慎，可以按照商品的类别、性能、材料、用途等因素，分别组合陈列在一个橱窗内。

总之，橱窗既是店铺门面总体装饰的组成部分，又是店铺的第一展厅。

对于店铺经营者来说，如果你希望店铺日后的经营红红火火，在橱窗设计环节花费一番心思是非常有必要的。

<<开店赚钱的操作细节>>

编辑推荐

拥有了这《开店赚钱的操作细节》，如同请回了一位最佳的“开店顾问” 把握开店细节才能
成功经营一个赚钱的旺店 开店成功人士的可贵经验，教你如何开店赚大钱 如何提高单店效率
？
如何深入了解顾客并做好与顾客的沟通？
如何制定客户化的营销方案从而摆脱价格战的阴影？
如何改善货架陈列和供应链从而降低缺货率？
如何获得供应商的大力支持？
众多的挑战迫使零售商寻求一种新的有效的管理模式。
古语有云：“不畏浮云遮望眼，自缘身在最高层。
”零售，作为分销过程的最终环节，不仅仅是将产品销售给顾客那么简单，其过程涉及方方面面，极
其复杂。
这不仅需要耐心，更需要智慧。

<<开店赚钱的操作细节>>

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>