第一图书网, tushu007.com

<<这样开店才会赚大全集>>

图书基本信息

书名：<<这样开店才会赚大全集>>

13位ISBN编号：9787511316790

10位ISBN编号：7511316794

出版时间：2011-10

出版时间：中国华侨

作者：华管

页数：461

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

前言

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。

内容概要

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。
在如今竞争越来越激烈、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。

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，集中介绍了开店创业的生财之道，而且解析了经典旺铺的赚钱秘诀，，它从树立正确的经营观念、提升店铺的人气、提高店员的销售技巧、培养顾客的忠诚度、开发新客户、掌握财务管理、增加商品流转等方面，多层次、多角度地揭示了店铺兴隆的秘诀和艺术，为那些开店创业者赢得滚滚财源出谋划策、指点迷津。
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。

书籍目录

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
小巷子开店也能赚到钱
结合经营特色选择商业区
调查店铺周围的客源情况
同行密集的地方也是好店址
店铺选址的喜与忌
新建住宅小区好淘金
小店必须考虑到各个细节
第二章 产吕赶流行不一定会大卖
从最熟悉的行业做起
同择偶一样择产品
弃热就冷风险小
不能随波逐流
关注暴跌行业
做别人想不到的生意
赚女人和小孩的钱
要专注于本行
流行货一定要看准
第三章 价格不是决定销量的唯一因素
价格越低不一定越受欢迎
便宜产品带不来好利润
兼顾不同档次的产品
重视顾客的特殊需求
货卖一张皮，包装美观才能打动人
不要频繁地变动价格
不要对自己的商品认识模糊
产品的特点清楚不如卖点清楚
产品的卖点并非越多越好
第四章 开业时不一定要大力宣传
市场不景气时也可以开店
开业不做宣传做功夫
开店不简单，服务需预演
时机成熟后做好宣传
用心制作的传单决不轻易修改
第五章 不盲目追求规模
不要想独占顾客
不要与大企业正面冲突
为少数人服务，满足特别的人
小生意也能赚大钱
不盲目追求扩大规模
经营服务可以更人性化
第六章 要合理降低成本
降低成本不必降低工资
低廉的货品要保证质量

太低的工资招不到优秀的员工
确保合理的利润
控制成本从节约开始
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
一家人气店铺所需要的东西：金钱、时间、情报
如果付不出钱就付出时间
运用时间的方法很重要
重要的不是产品而是服务
店铺的生意取决于经营者的能力
第二章 彻底分析自家店铺
店铺的经营现状
店铺的经营目标
店铺的经营计划
店铺经营计划要素
店铺经营计划的实施
第三章 确定经营理念
思维改变是经营中最重要的因素
以顾客为出发点
思考出属于自己的独特方法
执著经营，不轻易言退
诚信是最基本的待客之道
给顾客当个好参谋
第四章 建立品牌形象
小店也要树立品牌
品牌就是让大家口口相传
品牌是信赖度的象征
人、故事、商品是品牌的3大支柱
用资讯联系品牌与消费者
创建品牌的法则
树立良好店铺形象，扭亏为盈
围绕知名品牌创造内涵和情感
第五章 掌握市场信息
信息比时间和金钱更重要
信息就是缩短时间和成本的工具
信息服务决策
第六章 制订切实可行的销售计划
拟定事业计划书
制订商品计划的步骤
销售计划的组成
畅销商品的统计分析辨识法
制订经营计划的原则
第七章 生意是与对手“抢”出来的
比隔壁的店铺做得好一点
店铺要有“当家”商品
差异化避免价格战
用自信打败竞争对手

同行是冤家也是亲家
第八章 提高顾客的忠诚度
让新顾客成为老顾客
提升待客与服务品质
想办法招揽到新顾客
信誉是一块金字招牌
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
与大企业正面冲突没有胜算
开个性化店铺，为少数人服务
货品要敢于推陈出新
应当有自己的“拳头”商品
依照顾客的想法提供商品和服务
第二章 经营者是出谋划策的高手
行家好赚钱，专家易致富
站在他人的角度去考虑
不要受制于别人的想法
书本知识要活学活用
知道了烦恼就成功了一半
要有打破常规的创新精神
培养敢于冒险的精神
老板应是出谋划策的高手
第三章 把自己推销给顾客
优秀的营业员可以提高经营业绩
人气很重要，散客也是客
增加顾客的购物乐趣
旺季一定要热卖
淡季也可以不淡
第四章 不花钱扭亏为盈
用经营理念赢得人心
和你的员工一起分析进店顾客
延长营业时间
在周边散发小店的宣传单
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
建立健全的财务系统
适时对财务指标进行系统分析
会计是过去，财务是未来
制订一个周全的筹集计划
制订切实的目标利润
第二章 店铺的财务分析
开店前的投资预算很重要
财务状况说明书包含哪些内容
如何进行损益分析
估算店铺每月支出的费用
做好店铺财务指标分析
如何检查店铺的财务隐患

现金流量表的预警作用
编制相关财务报表
预算要对投资项目进行详细的分析
估算固定设备的投入费用
如何进行店铺的促销预算
如何降低筹措资金的成奉
第三章 优化小店的现金流
现金流的潜在危险
加强现金流的管理
制订资金运用计划
宁愿少赚也不要赊账
规范收银作业
提高资金的流动率
加强对应收账款的管理
采取赊购的方式
及时追讨回货款
第四章 有效控制成本费用
小店经不起大手大脚
有效控制人员费用
促销费用要精打细算
有效降低采购成本
避免不合理损耗
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
拥有相同的危机意识
拥有共同的价值观
拥有信任的团队
拥有感恩之心
主动追求更高的目标
第二章 打造梦幻团队的方法
优秀员工要具备的素质
让全体员工拥有燃烧的斗志
给他们确立店铺的愿景
正确的员工管理
只说加油的员工是不会加油的
第三章 招聘到合适的员工
找对人先想对人
招聘广告是成功招人的关键
新人面试的重点
看出“钻石”的本质
第四章 新员工的培训
经营理念
商品知识
销售技能
沟通技能
培养团队精神
经营管理知识

第五章 工作分配和移交
根据岗位分配合适人选
员工升职、降职、离职的工作移交
授予员工工作自主权
大胆起用比自己优秀的人
第六章 员工的激励与管理
提供合适的工作舞台
不要只会用钱
用店铺规范约束员工
管理好兼职员工
表彰优秀员工要及时、公开
用理解和关爱接纳人
采取积极措施挽留优秀员工
第七章 晨会是店铺业绩提升的重要因素
会议是最好的管理工具
晨会对店铺业绩的意义
让员工主持晨会
晨会上的人员分工
晚会同样不可少
第八章 员工遭遇难题时的解决方案
不知道为什么努力的解决方案
不知道该怎么努力的解决方案
不知道获得正确评价的解决方案
不知道要努力到什么程度的解决方案
不推着走就不努力的解决方案
不喜欢被别人强迫做事的解决方案
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
好的开场白打造店铺亲切感
第一时间接待顾客
微笑交谈拉近顾客
主动与顾客沟通
得体赞美顾客
倾听是最好的沟通
妥善回答顾客的每一个问题
以“诚心”换来顾客的“耐心”
兼顾来电与来店顾客
第二章 探询顾客的真实需求
选购商品时重点考虑的是什么
买商品是自己用还是送人
今天就想买，还是就是闲逛
想选购什么颜色的商品
想选购什么价位的商品
想选购什么款式的商品
想选购什么材料的商品
想选购什么风格的商品
第三章 让顾客喜欢上你的商品

掌握好货品资料
认清产品的特性
掌握示范产品的艺术
掌握商品的作用
在商品和顾客之间建立联系
倾听顾客抱怨，让顾客称心如意
巧妙提问，跟着顾客需求走
第四章 应对不同类型的客户
用真诚打动内向型顾客
与果断型的客户谈判要善用诱导法
与难以满足的客户谈判，要先接受他们的指责
提供唯一选择，与犹豫不决的客户谈判
避免向随和型顾客不停施压，以免弄巧成拙
稳重的客户要稳重地对待
第五章 正视顾客的异议
是新款吗?看着就像旧的
东西还不错，可惜价格太贵了
这件产品功能太多了，没必要
我是买来送人的，不合适怎么办
挑来挑去都找不到喜欢的
你们的产品设计不够美观
怎么你家的价格比别人家的高
衣服质量有保证吗
不知道你们的售后服务怎么样
第六章 顺利完成交易
留意顾客的购买信息，有倾向性地推荐
主动出击，激发购买欲望
领会客户每一句话的弦外之音
善于运用暗示成交
敏锐地发现成交信号
欲擒故纵，锁定成交
给成交保留一定余地
判断顾客购买力，推动交易的完成
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
记住顾客的名字
了解顾客的购买习惯
处理好客户退换货的问题
遵守对客户的承诺
为顾客提供完善的售后服务
与客户进行交流
持续改进与客户的关系
建立客户数据库
赔偿客户的损失
为客户节约每一分钱
不要欺骗你的客户
商品的退换原则

第二章 为客户提供个性化服务
为客户提供个性化产品
对特殊服务实施定制化
小恩惠带给客户惊喜
用送货上门方便客户
帮客户做事
提供便利、超值服务
节日拜访要预约，带上礼物
对大客户要特别照顾
缩短谈话时间，增加见面次数
防止流失大客户
优惠并非越多越好
第三章 吸引顾客上门的几个工具
传单
会员积分卡
短信息
博客
电子邮件
第四章 有效化解客户抱怨
控制情绪是成败的关键
不要辩解你的过失
学会应对抱怨
不要“踢皮球”
谨慎对待新闻媒体
处理电话投诉技巧
处理信函投诉技巧
处理问题迅速及时
建立顾客投诉意见处理系统
有步骤地开展服务补救
不要攻击你的竞争对手
从客户抱怨中发掘商机
第五章 调查客户，了解客户
调查顾客流失的原因
掌握顾客的消费取向
掌握调查问卷的设计
明确客户的类型
学会建立客户档案
保证客户信息的安全性
第八篇 增加新顾客——开发客户
第一章 传单的制作与宣传
从招揽顾客的角度设计传单
标题是传单的生命
员工参与传单设计
把传单送到目标客户手中
有奖回收传单
第二章 选准推广业务的对象
细分目标市场

和陌生人做朋友
不放弃未成交的客户
把潜在客户变为真正客户
从对手那里找客户
利用你的满意客户群
利用互联网等开发客户
发名片开发客户
第三章 建立认知，建立信任
引起潜在顾客的注意
良好的形象会让顾客接受你
在店铺现场制造热闹气氛
了解顾客，满足客户需求
慢慢积累名声
情感广告是制胜的“法宝”
招牌应该醒目
第四章 从顾客的需求入手
了解顾客偏好，才能投其所好
巧妙地提问，挖掘顾客的真正需求
不要臆断顾客的需求
顾客的购买标准并非雷打不动
找到共同话题，掌握主动权
第五章 促销争取客户
选择最佳的促销时机
折扣促销提升产品性价比
名人促销塑造店铺的好形象
免费赠送“小恩小惠”
活动促销开展竞赛与抽奖
优惠券促销
利用“饥饿营销”巧妙促销
样品赠送利用占便宜的心理
事件促销
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
利用陈列细节打动客户
把周转快的商品排列在显著位置
分类陈列凸显商品特征
波段上货，新鲜感不断
营造“精品”氛围
主题陈列商品
整体陈列商品
特色陈列商品
分区陈列商品
季节陈列商品
分层陈列商品
组合陈列商品
第二章 卖最合适的商品
卖日常需要的商品

卖市场火暴的商品
卖性价比高的商品
卖季节性强的商品
卖独一无二的商品
卖特定人群需要的奢侈品
卖客户定做的产品
卖互补性高的产品
第三章 适时适量地进货
买不来利就卖不来利
轻松搞定进货渠道
按销售火暴程度进货
按季节特点进货
按供应地点进货
按产品生命周期进货
广泛搜集商品信息
采购验收杜绝以次充好
验货把好商品质量关
第四章 定一个消费者心动的价格
顾客最需要的是实惠
独家商品价格可以偏高
利用数字错价定价
日常消费品低价策略
有文化内涵的产品不要轻易打折
分割定价策略
第五章 有效地控制存货
加速商品流通
选择高流转性的商品
及时去旧换新
经济化储存商品
把握好库存容量
分门别类地管理商品
建立商品的保管账
盘点商品需及时
第六章 妥善处理滞销品
重新组合，创造整体需求
重新组合销售
通过特卖走出去
退回厂家交换
如何处理换季商品
如何处理品牌库存

章节摘录

版权页：调查店铺周围的客源情况某个店铺在一个位置生意冷清，换个位置且原班经营管理都不换，生意却大有起色；而另一个店铺认为赚了钱，换个位置扩大规模却赔得血本无归，这是怎么回事呢？不同位置的客源变化起了决定性的作用。
在开店前必须对店铺周围的客源情况作一个充分的调查，这是店铺开业后是否能够兴旺的关键因素。但是人流量并不等于客流量，人口集中的地点并不意味着客流量就大，必须进行具体分析。
调查客源情况要先了解自己店铺的客源定位，一个店铺周边的客源大体上可以分为3种类型：（1）店铺本身吸引的客源。
指那些专门为购买某种商品而来店铺所形成的客源，如专门经营宠物用品的店铺，顾客就是为了购买宠物用品而来的。
（2）派生客源。
指那些顺路进入店铺而并非专门来店购物所形成的客源。
比如北京动物园大型的服装批发市场，顾客前去购物大多数并不会冲着某个店铺而去或是仅仅光顾一家店铺，很多是随机性地路过而光顾的。
（3）互补性客源。
一家店铺与邻近店铺商品互补，从邻近店铺的客源中获得的客源。
例如北京中关村，这里经营各种类型的数码产品，有卖电脑、手机的，也有卖电脑、手机配件的，还有进行电脑、手机维修的，当顾客来购买数码产品时也很有可能需要购买配件或进行维修等，商品的互补令客源也能够互相补充。
在了解了自己店铺主要依靠什么样的客源之后，就要对周围人群展开调查。
第一要从周边社区、小区总人口以及人群的变化情况入手。
周边小区固定人口有多少、人口流量有多少、有多少能够成为潜在客户等因素都在调查范围之内。
第二要了解人口构成情况，社区内是以老年人口居多还是青年人口居多，是普通打工者居多还是白领居多，都能决定所开设店铺的倾向。
第三要了解人口性别结构。
如果社区内以女人居多，那么服饰店、化妆品店等对她们有较大的吸引力；如果是以男性居多，则应考虑便捷实用的产品。
第四要了解所在地成年人的就业情况，是就业率高还是失业率高，就业率越高，则购买力就会越强，失业率越高则购≤买力越弱。
店铺通常都会选择开在就业率比较高的地方，这样才能保证顾客的购买力。
第五要了解地区内的民族构成。
这个因素虽然不具有普遍性，但是在某些地区还是十分重要的。
第六要了解人群婚姻、生育的状况。
通过研究人群婚姻、生育状况，能够投其所好而开店。
例如育龄夫妇比较多的社区，开设玩具店、婴儿用品店等都会有较多的客源。
在初步了解周围社区的人口情况后就要开始调查顾客目的、速度和滞留时间，分析客流量。
比如在火车站、汽车站等公共场所附近，车辆流通大，客流规模也很大，但是顾客停滞的时间非常短，主要目的不是购物，因此开设需要挑选耗费时间的店铺如服装店等不合适，而经营用时短且方便携带的如便利店则比较好。
集中经营地段也是客源较多的地段。
在长期的经营中，某街某市场会自发形成销售某类商品的“集中市场”，事实证明，对那些经营耐用品的店铺来说，若能集中在某一个地段或街区，则更能招徕顾客。
因为人们一想到购买某商品就会自然而然地想起这个地方。
当然同类聚集的地方必须保持自己的特色，否则就没有竞争力。
另外，要结合街道的地形特点，分析周围街道的客流规模。
不同的街道有不同的酶点，即使是同一条街道，道路两倒的客源情况也不一样。

比如某些单向行驶的街道，由于行人的走向习惯，客流量不一定相同，右侧的客源就比左侧的客源多。
要细心观察客流的方向，在较多客流的一侧选址。
要选择较少横街或障碍物的一边。
尽量避免选择设置了交通管制的地方，例如限制车辆种类、限制通行时间等等。
店铺附近最好有公交车站点或者出租车停靠点，这样会给顾客带来方便，客源自然相对较多。
同行密集的地方也是好店址同一种行业聚集的地方意味着竞争更加激烈，因此有的店主认为同行密集的地方不宜开店。
然而市场上很难找到一种没有竞争对手的行业，一个学校内会有两三家便利店，一座写字楼周围会有四五家小吃店，一个火车站周围会有八九家旅馆。
然而中国人有句话，“同行密集客自来”，说的是行业的密集反而能带来更多的效益。
当同类的生意扎堆的时候，生意会更加兴旺，容易形成品牌效应。
因为人们如果要购买某一种商品，自然而然首先会想到这些地方。
另外，对于顾客来说，众多店面集中在一个地方，可以比较质量、价格，有更多的挑选余地，会更加地放心、方便，因此人们也更愿意到聚集区购物。
陈小姐是一家贸易公司的助理，公司常常需要给同事和客户送花。
公司楼下就有一家大的花店，除了特别紧急的时候会光顾那家店，平时陈小姐都是去5公里外的一家大型鲜花市场去买。
因为那里的摊位多，鲜花品种齐全，很多商家都有自己的种植园，保证了花的新鲜，同时由于是批量经营，价格也便宜得多。
可见店主完全不用害怕在同业附近开店。
同行越多，人气就越旺，生意也会越好。
在商业经营中，在某一些街道或地点，集中经营同一类商品，商品品种就更齐全，服务配套也更完善。
许多同行聚集也容易形成商业街，比如北京的动物园服装批发市场、后海酒吧街、潘家园书市等等。
尤其是那些选择性大、选购数量多、耐用的商品，顾客为了货比三家，即使路途远，也喜欢去商业街选购。
比如说当人们买电脑时，很少会去单独一家店购买，最常见的就是去中关村这样的数码商业街反复对比后才购买。
但是同行密集必然使竞争更加激烈，也必须承担更多的风险。
在这里提供几种与同行竞争的手段，希望你能够在激烈的竞争中脱颖而出。
1.模仿对手这个方法比较适合缺乏经验的创业者，当不了解成功模式的时候，不妨就去模仿。
跟随竞争者的脚步，学习别人成功的模式可以减少市场风险，也可以减少摸索的时间。
一个新店开张总是存在着很大的经营风险的，我们周围不乏一些小店开业不久就关门的例子。
如果能模仿出同行成功的基本模式，就能有效地躲避风险。
模仿手段很简单，商品内容、空间大小、店面设计、商圈位置都可以效仿同行。
但是简单机械的模仿是没办法长远的，当一个成功赚钱的生意出现的时候，市场上很快会有一批新的竞争者一窝蜂地涌入，如果只模仿到了皮毛，很容易被这些后来者淘汰掉。
在一个既定的市场中，成功的同行已经创建了一定的名声和客户群，模仿者很容易被贴上“第二”的标签，如果不能确定自己的核心竞争力，不仅不会取代成功者的地位，还会使自己陷入尴尬的境地。
所以模仿不能只停留在表面，要学习成功的经营模式并创造自己独特的方法，小店才能不被更多的模仿者淘汰。
2.适时躲避这个方法比较适合经营了一段时间的小店。
因为小店毕竟实力、资金都有限，当遇到同类的大型店铺时，就要避免和较强的竞争对手相抗衡，躲开正面冲突，另辟蹊径。
可以寻找不同的市场，不与主要竞争对手抗衡，例如竞争对手是经营西式快餐的肯德基、麦当劳，你完全不用去效仿对手的做法，可以利用你擅长的拉面、炒饭等打造中式快餐；在运作中可以躲避同一

个客户群，比如同样是儿童英语补习班，同行的客户都是工薪阶层家庭的儿童，你可以专门针对高收入家庭的儿童，提供一对一的服务和高品质的教学；避免和同行提供一模一样的商品，当周围的美容院都以各种先进的美容仪器作为卖点时，你可以提供传统的中医美容。
3.主动攻击这个方法比较适合经营比较稳定、具备一定实力的店铺。
商业竞争，有时候单凭守是守不住的，如果遇到合适的机会就要敢于出招，主动攻击对方，强调对方的缺点，突出自己的优点。
比如周围都是经营牛肉面的店铺，你可以指出其他家的牛肉面里只有少量牛肉，而自己的牛肉则是块大量足。
如果同样都是婚纱摄影，你可以强调别家的底片都需要付费，而你的店铺对于所有拍摄的底片都是百分百免费赠送。
再如同样都是理发店，你可以强调别家使用的药水都是低价的，容易对头发造成损害，而你的理发店使用的药水都是植物型的，不易伤发。
总之，同行聚集对于消费者方便，对于经营者也更有利。
但是想要在同行密集的竞争中立于不败之地，就要提供更好的商品和服务，创造自己的特点吸引顾客。

编辑推荐

《这样开店才会赚大全集(超值白金版)》：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，首先要读懂生意经。
华管编著的这本《这样开店才会赚大全集》总结了开店成功人士的可贵经验，交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、别处心裁的揽客诀窍，帮你打造顾客盈门、生意兴隆的吸金旺铺！
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。
要想店铺赚钱，你要提升店铺的人气，吸引顾客到你的店中。
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，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。
《这样开店才会赚大全集(超值白金版)》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。
《这样开店才会赚大全集(超值白金版)》深入浅出地从洞悉消费心理、培养亲和力、掌握沟通技巧、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毒、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。
《这样开店才会赚大全集(超值白金版)》不仅介绍了店铺的成本计算、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。

第一图书网, tushu007.com

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