

<<小店经营的190个制胜细节>>

图书基本信息

书名：<<小店经营的190个制胜细节>>

13位ISBN编号：9787560980379

10位ISBN编号：7560980376

出版时间：2012-9

出版时间：华中科技大学出版社

作者：龚俊恒

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>

<<小店经营的190个制胜细节>>

内容概要

《小店经营的190个制胜细节》有两大特点：首先，内容全面，涵盖了经营制胜的各种细节，指导创业者从零开始，一步一个脚印经营一家赚钱的店铺；其次，实用性强，不仅配有小店经营的各种案例，而且还提供了解决问题的具体方案，旨在切实提高开店者的综合经营水平。阅读本书，会让准备开店者的开店之路走得更加顺利，让那些困境中的经营者得到灵感，从而轻轻松松赚大钱。

<<小店经营的190个制胜细节>>

书籍目录

第一章 彻底清除七大错误经营观念1 错误一：傍大卖场开店客源稳定2 错误二：市场不景气时不能开店3 错误三：价格越便宜越好卖4 错误四：试图抢夺市场九成的顾客5 错误五：产品赶流行一定会大卖6 错误六：削减员工工资是降低成本的最有效途径7 错误七：商品卖点越多越好卖第二章 牢固树立科学的经营理念8 成功的经营从转变思维开始9 同行是冤家也是亲家10 盲目扩大店铺规模等于慢性自杀11 学会时间管理，否则再过十年还是原地打转12 牢固树立顾客至上的经营理念13 根据商品特色选择相应的商业区14 要有打破常规的创新精神15 在准确把握发展趋势的基础上，要学会提前占位16 执著经营，不轻易言退第三章 经营者是出谋划策的高手17 赚钱的秘诀是把一个行业做到极致18 没有调查的决策是盲目的19 抱“大腿”能帮你迈出开店的第一步20 让商品陈列成为无声的导购21 给店铺美容，让顾客在此驻足22 暴跌行业里有商机23 书本知识要活学活用24 引入“合伙人”来分担压力25 互补产品一起卖，方便消费者，更提高销量第四章 把资源集中到最有前途的领域26 开店初期，尽量不把鸡蛋放在同一个篮子里27 不放过任何一个赚钱的机会28 做最熟悉的生意才有胜算的把握29 瞄准嘴巴就是给自己淘金30 女人的钱最好赚31 快速赚大钱的秘诀是做富人的生意第五章 卖利润最高的商品32 卖市场上火暴的商品33 卖日常需要的商品34 卖季节性强的商品35 卖特定人群的奢侈品36 卖独一无二的商品37 卖性价比高的商品第六章 用特色击败对手38 小商店应该成功扮演市场补缺者的角色39 开个性化商店，为少数人服务40 用新颖的货品来实现创富传奇41 让拳头商品带动消费42 与人分蛋糕不如自己做蛋糕第七章 店铺再小也要有自己的品牌43 小店也要有品牌44 打造品牌的秘诀：唤起人们心中的情感45 树立品牌的五项法则46 包装要具有视觉冲击力47 找到支撑品牌的三要素第八章 不花钱扭亏为盈48 用独特的经营理念打造核心竞争力49 找出客户流失的原因50 对顾客进行分类51 让宣传单来帮你拉拢顾客52 招募到优秀的营业员第九章 生意是与对手抢出来的53 永远比隔壁的店铺做得好一点54 对竞争对手进行分类55 店铺主打商品少不了56 不要陷在价格战里不能自拔57 用自信打败竞争对手58 引导顾客回到实质性问题上来59 用人性化的待客之道吸引顾客的连续消费第十章 对市场保持灵敏的嗅觉60 学会从蛛丝马迹中发现商机61 客户的抱怨是店铺反败为胜的良机62 信息化是缩短时间和成本的工具63 抢先一步发大财第十一章 用金牌服务招徕顾客64 消除顾客对自己的“奸商”评价65 用小事感动顾客66 店铺服务的四个原则67 把顾客的满意度转为信任68 提供超值服务留住老顾客69 为顾客建立档案70 珍惜顾客的每一分钱71 严格规范店员的接待工作第十二章 学会应对不同类型的客户72 对叛逆型顾客采用欲擒故纵的策略73 给内向型顾客以信任感和依赖感74 给随和型顾客过分施加压力无异于自断财路75 让爱占便宜的顾客感到真正的实惠76 千万别因你的喋喋不休赶走外向型顾客77 让分析型顾客放心商品的每一个细节78 面对虚荣型顾客别忘了送上你的赞美79 让墨守成规的顾客看到商品的实用价值第十三章 别让煮熟的鸭子飞了80 给摇摆的客户心理上施压81 最后关头，别说让客户动摇的话82 主动出击，提出成交请求83 客户变卦不买了，要牵引出其他方面的潜在需求把客户拉回来84 顺着客户的思路围追堵截，让客户无处可逃85 误听试探，将客户引入早已设好的“迷魂阵”第十四章 巧妙运用吸引顾客上门的几个工具86 传单87 短信息88 E-mail89 博客90 会员集点卡第十五章 有效地控制进货与存货91 适当进些人无我有的产品92 不妨进些流行货93 把住进货规律这根脉94 验货严把质量关95 店铺盘点有讲究96 盘点商品须及时97 货品管理有技巧98 库存商品要合理第十六章 妥善处理滞销品99 通过特卖走出去100 换季商品不用愁101 退回厂家来交换102 处理品牌货物库存的六大技巧103 捆绑销售，创造整体需求第十七章 定一个让顾客心动的价格104 “抹零头”会让顾客感觉物超所值105 不要让顾客有“被宰”的感觉106 低价，但不让顾客觉得掉价107 一分钱的折扣也能吸引到最忠诚的顾客108 日常消费品低价策略109 有文化内涵的产品不要轻易打折110 洞悉消费者心理，进行心理定价111 独一无二的商品价格可以偏高112 涨价、降价不超过1113 让折扣更有吸引力114 根据目标消费群定价第十八章 创意促销——能卖才是硬道理115 氛围促销：给消费者一个“疯抢”的理由116 利用“饥饿营销”巧妙促销117 样品赠送促销，勾起消费者购买欲118 活动促销吸引顾客的注意力119 优惠不一定落到实处，但要让顾客得到心理上的满足120 折价促销是拉动消费者欲望的最有效方式121 无尝试用获

<<小店经营的190个制胜细节>>

得消费者好感122 节假日促销的四个妙招123 以旧换新带动销售124 促销不能以降低品牌价值为代价125 重点掌握六个促销时机第十九章 酒香也怕巷子深——做好宣传工作126 新店开张之日要大造声势127 宣传要打明星牌128 利用互联网等渠道开发客户129 不可小觑广告的威力130 广告宣传要有主题131 情感广告是制胜法宝132 让店面形象来提高顾客入店率第二十章 选准业务推广的对象133 细分目标市场,将精细化营销进行到底134 透析消费者心理,抓住真正具有消费能力的人135 不放弃未成交的客户136 让老客户带来新客户137 把常客变成忠诚客户138 从对手那里找客户139 利用连环式人情营销开发新客户第二十一章 让网络带领你的商品飞向每一个角落140 利用网络的优势推广店铺141 巧妙装修,让顾客第一眼就爱上你的店铺142 网店定价的六大策略143 把握好商品最佳上架时间144 管理好顾客资料145 优化数字,增加搜索机会146 灵活运用信用评价免费做广告第二十二章 成交高于一切147 善于运用暗示成交148 将你手里的石头变成她眼里的钻石149 给客户描绘出一幅成交的画面150 引导客户创造需求,激发购买欲151 令人无法抗拒的联想口令152 敏锐地捕捉成交信号153 欲擒故纵,锁定成交154 给成交保留一定余地155 留意顾客的购买信息,有倾向性地推荐第二十三章 任何时候都要利润最大化156 价格的灵魂是选择最佳的利润点157 制订合理的经营计划158 增加顾客购物欲159 尊重顾客才能赢利160 旺季一定要热卖161 淡季也可以不淡第二十四章 守住商业道德底线,别把自己逼进死胡同162 对利益最大化的理解不要过于肤浅163 诚信是最好的广告164 遵守对顾客的承诺165 为顾客提供完善的售后服务第二十五章 建立健全财务系统166 财务分析不是需要而是必须167 规范收银作业168 进行损益分析的五项内容169 做好开店前的投资预算工作170 合理分析店铺每月的支出费用171 作好店铺的促销预算第二十六章 开源节流——有效控制成本172 制定合理的薪酬制度173 制定合理的薪酬制度应该遵循的五大原则174 有效控制人员费用175 促销费用要精打细算176 有效降低采购成本177 避免不合理损耗178 控制仓储成本第二十七章 优化小店的现金流179 制订资金运用计划180 有效管理现金流181 提高资金的流动率182 宁愿少赚也不要赊账183 加强对应收账款的管理184 及时追讨回货款185 向商品购买者预收货款第二十八章 打造一支梦幻团队186 为店铺招聘到合适的员工187 用愿景来点燃员工的斗志188 为员工着想,培养员工对店铺的感情189 主动追求更高的目标190 光有物质的激励是远远不够的后记

<<小店经营的190个制胜细节>>

编辑推荐

俗话说：“要想富，开店铺”，“生意做遍，不如开店”。

拥有并经营好一家店铺，是平稳致富的好门路。

尤其是在当下这个竞争日趋激烈，就业日益艰难的情形下，“投资开店，为自己打工”已经成为众多创业者的首要选择。

本书不仅是为那些准备开店的人而写，也是为那些已经开店，但由于各种原因而陷入经营困境的人而作的，书中一些常见的方法和经验具有启发性。

<<小店经营的190个制胜细节>>

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>