

<<服装店主手册>>

图书基本信息

书名：<<服装店主手册>>

13位ISBN编号：9787122055071

10位ISBN编号：7122055078

出版时间：2009-8

出版时间：化学工业出版社

作者：吴卫刚

页数：224

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>

## <<服装店主手册>>

### 前言

在服装行业，有大大小小的加工厂，还有各种各样的品牌营销公司，但他们都无法离开终端店铺。只有终端强大，网络渠道才能强大，渠道上的各个环节才能赚到更多的利润。终端店铺对行业的贡献非常之大。

服装店是人们选择最多的创业方式之一。

中国有200多万家各种各样的服装店，并呈现出有增无减的趋势。

同时，市场洗牌的速度不断加快，竞争更加激烈，店主们言称“生意越来越不好做”。

尤其是改革开放以来，服装店在大中小城市的街头如雨后春笋般涌现出来。

但在众多的服装店中，兴衰起伏，平均寿命不过3~5年，有的甚至更短。

因此，服装店创业方法的正确与否，将直接影响店面经营及经济效益。

服装店主在创业前，能否考虑得周到细致，事关创业后的盈利水平。

如如何选址、怎样选择合作伙伴、如何搭建事业平台、如何做一个合格的店主、如何用人、如何融资，以及散货店或专卖店的选择、简单的可行性论证报告、市场调查等。

服装店主需要运筹帷幄，才能决胜未来。

服装品牌的竞争实质上是终端销售的竞争。

谁拥有了专业、高效的终端，谁就拥有了市场和未来。

本丛书共分三册，包括《服装店主手册——做善于赚钱的服装店主》、《服装店长手册——做善于经营的服装店长》、《服装店员手册——做善于推销的服装店员》。

丛书通过对服装店三大岗位角色：店主、店长、店员所需知识的权威性打造，体现系统性、全面性、专业性和实用性，为提升终端导购能力提供帮助和支持。

作者希望能与关注本书的读者交流切磋。

## <<服装店主手册>>

### 内容概要

服装店主就是服装店的老板，是服装店的投资者。

服装店主的能力决定着店铺的盈利能力。

《服装店主手册：做善于赚钱的服装店主》共分为九章，全面系统地介绍了服装店主应知应会的相关知识。

具体内容包括服装店主的素质和能力、市场调研与可行性、开店筹资与合伙、工商注册与税务登记、服装店应选择的位置、服装店经营策略、服装店应具有的形象、服装店主的财务知识和服装特许与专卖。

《服装店主手册：做善于赚钱的服装店主》语言通俗易懂，内容具体实用。

可供服装店店主及立志创业的读者阅读使用。

## &lt;&lt;服装店主手册&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 服装店主的素质和能力1一、服装店主的良好修养/11 店主修养三要素/12 如何认识自我/33 严于律己成大事/44 善于自我否定/45 保持心理平衡/56 树立必胜自信心/67 笑对成功和失败/78 积极主动做事情/79 瞄准你的目标/8二、服装店主的现代精神/91 现代型服装店主/92 成功店主的精神状态/113 善于设计自己的工作/124 现代服装店主的基本特征/135 创业失败的原因/14三、服装店主的基本能力/151 见识能力/152 计划能力/163 控制能力/174 指挥能力/185 决策能力/196 组织能力/207 协调能力/218 交际能力/22四、服装店主的领导艺术/231 什么是领导艺术/232 管理时间的技巧/243 正确使用激励方法/254 店主的奖励艺术/27五、服装店主应具有商业道德/291 商业道德的意义/292 商业道德是战略利润/303 商业道德必须有/314 诚实和守信/31附：店主开店前的自我测试/33第二章 市场调查与可行性38一、做好开店前的市场调查/381 市场调查的内容/382 市场调查的步骤/403 市场调查的方法/41二、市场分析与定位/421 市场的构成要素/422 市场的划分/453 市场规模分析/464 市场饱和度分析/465 市场细分/476 按消费者需求划分市场/487 服装产品定位/498 经营策略定位/509 向竞争者学习/51三、进行可行性研究/521 为什么要做可行性研究/522 可行性研究的内容/533 可行性研究阶段/544 可行性报告的一般格式/55附：城市消费T恤衫的调查问卷/55附：可行性报告的一般格式/57第三章 开店筹资与合伙59一、规划好筹资渠道/591 盘点自己拥有的资金/592 请亲朋好友帮助/603 合伙也是一种筹资手段/604 向银行申请贷款/615 吸收风险资本/626 争取天使资金/63二、筹资决策和原则/641 计算创业需要的资金/642 仔细计算筹资成本/653 筹资对资本结构的影响/664 筹资需遵循的原则/665 合理运用创业资金/67三、规范合伙行为/691 合伙经营的好处/692 合伙企业的法律规定/703 合伙人的角色有几种/714 合伙是共同的事业/715 合伙人需要承担责任/736 规避合伙的弊端/74附：合伙合同(格式范文)/75第四章 工商注册与税务登记78一、如何登记注册/781 申请营业执照的条件/782 申请营业执照应提交的文件/793 登记审批程序/804 对违犯登记条例的处罚/805 注销登记/82二、开店必备的税务知识/821 税务登记的对象/832 办理税务登记应提供的资料/833 税务登记表/844 如何变更登记/855 停业、复业登记/856 如何办理注销登记/867 违犯税务登记的处罚/86三、如何进行纳税申报/871 纳税申报的对象/872 纳税申报的内容/873 纳税申报的方式/884 纳税申报的期限/885 延期申报纳税的条件/896 填报纳税申报表的要求/90四、税种税率与缴纳/901 增值税/902 营业税/923 所得税/944 税款缴纳期限/975 延期缴纳税款/97第五章 服装店应选择的位置99一、服装店选址的原则/991 方便顾客选购服装/992 有利于服装店的发展/1003 选址的注意事项/100二、商圈的选择/101 1 城市商业区/1012 郊区购物中心/1023 妥善选择开店地点/1024 商业区的影响/103三、地段的选择/1041 交通条件/1042 客流量/1053 人口密度与购买力/1054 竞争对手/1065 社区的选择/1076 充分考虑城市规划/107四、不同街区设店的利弊/1081 都市中心的街区/1082 车站附近或交通要道/1093 居民区/1094 办公区/1105 同行密集生意好/1106 百货商店区域/1117 找到好位置的技巧/1128 开店不利地段/113五、店面的自然条件/1141 店面的形状/1142 店门/1153 店面的走向/1154 店面的空间/116六、租赁店铺要谨慎/1161 接手转租店/1162 租店谈判的注意事项/1173 租金不决定店面的好坏/1194 避免租店合同陷阱/1195 房屋租赁协议/120附：房屋租赁协议/121第六章 服装店经营策略123一、针对特定消费对象/1231 白领服饰店/1232 婴儿服饰店/1243 开家童装店/1254 另类少年装/1265 男士服饰店/1266 学生服装店/1277 肥肥专卖店/1308 宠物时装店/131二、特色服装店经营/1321 租赁服装店/1322 女性内衣店/1343 中式服装店/1364 保健服饰店/1375 前店后厂模式/1386 木兰布衣吧/1397 美术时装店/1408 品牌店中店/1419 居民区的裁缝店/14210 时装再生店/14311 特体裁缝店/14312 银色产业/14613 时装网络公司/14714 无店铺销售/15015 个人形象设计室/151三、服装店竞争技巧/1541 以色彩取胜/1542 不花钱的服装店/1553 最贵的服装店/1564 可以退货的服装店/1565 怪缺服装店/1576 只此一件的时装店/158四、服装经典广告/1591 金利来，男人的世界/1592 贝尼顿色彩“联合国”/1603 黑色的泰勒雪衣/1614 制造流行的商人/1615 每人只能买一件衬衫/1626 牛仔裤上美丽的臀部/1637 耐尔公司的马拉松广告/1648 永不回头的“七匹狼”/164第七章 服装店应具有的形象166一、服装店的整体外观/1661 服装店的门面/1662 服装店的外观类型/1673 服装店面设计要点/1684 出入口的设计/169二、服装店内布局设计/1701 店内布局设计原则/1702 服装店内布局/1713 服装店的构成空间/1724 服装店空间布局/1735 顾客通道设计/1736 顾客的走动路线/175三、橱窗设计/1761 橱窗对消费者的影响/1762 橱窗的陈列方式/1773 橱窗设计的注意事项/178四、服装店灯光设计/1791 服装店室内灯光照明设计/1792 招牌照明/1803 橱窗照明/1804 外部装

饰灯照明/180五、服装店氛围设计/1811 服装店的色彩设计/1812 音乐设计/1823 气味设计/1844 通风设备设计/1855 服装店绿色植物设计/1866 店员的制服设计/187第八章 服装店主的财务知识188一、为什么要财务管理/1881 什么是财务管理/1882 财务管理的任务/1893 财务管理的目标/1914 财务管理的要求/1925 服装店发展周期与财务管理/193二、财务报表/1951 会计报表的编制/1952 资产负债表及作用/1963 损益表和利润分配表/1984 现金流量表/199三、怎样理财/2031 理财的基本原则/2032 资金时间价值/2043 风险观念/2064 合法避税/2075 加快现金的周转/2086 掌握应付款的主动权/2097 控制好折扣/211第九章 服装特许与专卖213一、什么是特许经营/2131 特许经营的产生/2132 特许经营的好处/2143 特许经营的种类/216二、了解特许经营总部/2171 组织机构/2172 特许总部的职责/2173 特许总部应具备的能力/219三、店主如何选择加盟公司/2201 市场评估/2202 产品差异性/2213 竞争状况/2214 产品的品质/2215 知名度与声誉度/2226 产品价格与市场地位/2227 管理方式/2228 经营理念/2239 教育训练/22310 防止加盟服装店受骗/223参考文献225

## <<服装店主手册>>

### 章节摘录

3. 严于律己成大事 店主要管理一个服装店，首先要在服装店中牢固地位，树立自己的威信

。只有得到别人尊敬和认可，才能顺利开展工作，否则凝聚力将大大下降。

当店主在店员面前提出各种要求或者在批评某位店员举止不良、工作不当时，首先应该问问自己是否已达到那些要求，如果做到了并干得出色，则店员便会信服并感到惭愧，而力求改善。

反之，只会增添店员的不屑甚至反感，他们会在心里说“连自己都没做到还有什么资格去要求别人”

。因此店主应时时反省自己：“我是否有能力领导他们？”

” 店主要当好一家之主，就必须具备严于律己的态度与涵养。

一天到晚只为自己打算的人，只会妄自尊大，目中无人，用权力压制别人，终将众叛亲离。

而严格要求自己的原则与方法并不是一朝一夕即可养成的，你必须有决心与毅力通过长时间的努力和实践，慢慢积累。

“群众的眼睛是雪亮的”，当你能站在客观立场，设身处地为部下着想时，部下也会给以同样客观公平的评价。

这样，可创造上下同心、和谐共进的良好氛围，使服装店稳步向前发展。

4. 善于自我否定 在现实生活中，即使经营再好的服装店也不可能事事领先，永远处于事业巅峰

。经验再丰富、资历再深的服装店主也不可能时时正确，步步高升。

一个能顾全大局、高瞻远瞩的店主必须善于进行自我否定，把旧有的成功当作新生的起点，这样事业才会不断地走向另一个巅峰。

而一味肯定现在、满足现状的服装店只会停滞不前，而后是路越走越窄。

日本著名企业家松下幸之助认为：正确运用自我否定的策略，能使企业不断获得创新的机缘。

他说：“现在松下电器公司被公认为是最优秀的电器公司，这种观点本身就是很危险的。

”他在经营过程中常常对自己的企业领导和行为进行反思。

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>