

<<开店稳赚的100个细节>>

图书基本信息

书名：<<开店稳赚的100个细节>>

13位ISBN编号：9787802345942

10位ISBN编号：7802345944

出版时间：2010-10

出版时间：中国发展出版社

作者：高彩凤

页数：221

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>

<<开店稳赚的100个细节>>

前言

面对残酷的零售市场竞争业态，广大零售商苦思冥想赚大钱的“硬道理”，都想让自己的店铺在竞争激烈的市场当中脱颖而出，都想找到终端制胜的“杀手锏”。

有的零售店老板昔日还是“独霸一方”的“诸侯”，但没有几年就败下阵来。所以业内人士都在感叹，现在的终端是“江山辈有才人出，各领风骚两三年”。

在产品到消费者手中的诸多环节中，终端卖场是产品最低端的“出水口”，因此，卖场就变成厂商之间的竞争战场。

广告战、促销战、价格战、终端拦截战粉墨登场，竞争日趋白热化。

终端店铺，作为产品和消费者直接接触的场所，作为分销渠道中最关键的神经末梢，已经成为营销的最重要的平台，这个平台除了实现销售作用外，还是展示产品、品牌，以及企业形象的最佳舞台。

可以说，在市场竞争如此激烈的今天，谁掌握了零售终端，谁就掌握了商战的主动权。

老子说：天下大事，必做于细。

细节决定成败，开店也是一样。

现在零售业态是一个“顾客挑剔”的年代，无论是店址选得不好，还是店名选得不好，都会遭致顾客的厌恶，从而导致经营的失败。

久而久之，这些不完美的细节就像长堤之中的蚂蚁，渐渐地腐蚀掉了一个个原本可以和沃尔玛、麦当劳、家乐福等超级卖场相媲美的店铺。

反过来说，当年的沃尔玛、麦当劳、家乐福之所以能成为现代社会的超级大卖场，必然和它们的细节做得完美有着直接的关系。

麦当劳的总裁弗雷德·特纳把麦当劳战胜竞争者归功于细节，他曾说：“我们的成功表明，我们的竞争者的管理层对下层的介入未能坚持下去，他们缺乏对细节的深层关注。”

事实上也确实如此，一个店铺要想在对手如云的环境中生存下去，就不能不具备一定的“绝招”。

什么绝招？

把细节做到完美的绝招！

所以零售终端需要静下心来立足细节、系统整合，找到终端经营诸多细节中的“软肋”和“死穴”，来寻求突破的“道”。

那么一个店铺，该从哪些细节入手提高销售的业绩呢？

一个店铺的成功离不开这样几个步骤：开店筹备、门店形象、商品陈列、顾客管理、店铺人员管理、商品管理、店铺促销。

为此，我们根据这些因素编写了这本《开店稳赚的100个细节》，围绕书中提到的七个步骤，从初期的如何高效筹建到后期如何维护顾客群，以及在经营过程中店主经常会遇到的各种细节问题，共计100个。

本书不谈理论，只谈细节，这些细节看似通俗，却是提升终端卖场销售业绩的必备法宝。

同时，每一篇文章通过“开篇案例”引出真实、典型的案例，然后对该案例进行利与弊的“零售商学院点评”，通过解读引导店主“即行即知”，即在案例的基础上提出可行性方案以供店铺管理者借鉴、实践，最后以“零售顾问箴言”劝导管理者对店铺经营中出现的误区加以重视与改进，供各位店铺经营者参考学习。

此外，本书立足管理者的角度，讲究“拿来能用、用了有效”的“硬”道理，力求书籍的实用性，用典型事例蕴含丰富管理经验的体例，融理论指导性与实际操作于一体，为您在管理过程中出现的问题做出详细的分析和解答，同时提供极具参考价值的方法和建议。

高彩凤 2010年8月18日

<<开店稳赚的100个细节>>

内容概要

细节决定成败。

一个店铺，该从哪些细节入手提高销售的业绩呢？

本书从店铺初期的高效筹建到后期的顾客群维护，以及处理经营过程的各种细节问题入手。

通过“开篇案例”引出真实典型的案例，然后对该案例进行利与弊的“解读点评”，引导店主“即行即知”，即在案例的基础上提出可行性方案以供店铺管理者借鉴、实践，最后以“零售顾问箴言”总结店铺经营中出现的误区，供店铺经营者参考学习。

<<开店稳赚的100个细节>>

作者简介

高彩凤

零售连锁业实战专家。

在多年的工作经历中一直从事零售行业的调研与研究，积累了丰富的专业知识与实战经验，尤其在门店运营管理、门店人员管理、顾客服务、货品管理等领域有深入的研究。

<<开店稳赚的100个细节>>

书籍目录

第一章 赢在起点，店铺筹备的7个细节 细节1 选择合适的店面 细节2 定位好商品范围 细节3 选择好经营方式 细节4 选择合适的合伙人 细节5 做好准确的投资预算 细节6 选择好进货渠道 细节7 了解潜在的竞争对手第二章 装好门面，店铺形象的14个细节 细节8 设计独特的店铺门面 细节9 统一的店铺装修风格 细节10 设计个性的LOGO 细节11 取一个响亮的店名 细节12 保持店面的清新、整洁 细节13 树立好店铺的信誉形象 细节14 设计好店员形象 细节15 具备明亮的卖场环境 细节16 提高店员的服务态度 细节17 美观、整齐的POP 细节18 用音乐营造热烈的店铺氛围 细节19 设计方便的店铺出入口 细节20 形象墙、授权证书安装规范 细节21 饰品摆放要规范、牢固第三章 个性展示，商品陈列的16个细节 细节22 明确清晰的货品分区 细节23 打造美轮美奂的商品 细节24 利用灯光效果增加产品美感 细节25 充分利用橱窗的功能 细节26 做好商品色彩搭配 细节27 货品摆放要整齐、有形 细节28 设计合理的陈列空间 细节29 陈列模式要定期更新 细节30 巧用柱子做陈列 细节31 促销商品突出陈列 细节32 品牌商品大陈列 细节33 同类商品比较性陈列 细节34 私密商品小面积陈列 细节35 商品陈列要做好搭配 细节36 商品陈列要抓住人心 细节37 货品陈列要符合人体特征第四章 留住“上帝”，顾客管理的22个细节 细节38 抓住核心顾客群 细节39 建立好顾客档案 细节40 努力化解顾客的不满 细节41 热情地接送顾客 细节42 找对招呼顾客的窍门 细节43 记住顾客的姓名 细节44 多对顾客运用赞美之词 细节45 自如应对顾客的无理取闹 细节46 耐心应对挑剔的顾客 细节47 自如地应对顾客的讨价还价 细节48 理解顾客贪便宜的心理 细节49 从始至终保持微笑 细节50 耐心倾听顾客的心声 细节51 找到有效沟通的渠道 细节52 鼓励老顾客带来新顾客 细节53 认真对待顾客流失问题一 细节54 不同年龄段的顾客应不同对待 细节55 给予离去的顾客真诚的感谢 细节56 认真对待顾客的投诉 细节57 不能抱怨“你”的顾客 细节58 做好顾客分类 细节59 准确找到客户流失的原因第五章 管理制胜，店员管理的12个细节 细节60 选择合适的店员 细节61 建立店员的绩效考核制度 细节62 适时激励店员 细节63 杜绝有损店铺形象的店员行为 细节64 愉快地和店员打招呼 细节65 切忌对店员说空话、大话 细节66 对店员进行定期培训 细节67 培养店员自信的销售语气 细节68 人性化管理店员 细节69 充分发挥店员的才能 细节70 努力留住优秀的老店员 细节71 女性店员要适当化妆第六章 有效促销，商品促销的15个细节 细节72 选择好促销的商品 细节73 制定合理的促销手段 细节74 会员促销 细节75 做好节日促销 细节76 不景气时要促销 细节77 促销频率要控制好 细节78 促销之前要做好调查 细节79 促销宣传要到位 细节80 要组织好促销人员 细节81 选择合适的促销模式 细节82 促销也要讲诚信 细节83 把握促销的最佳时机 细节84 设计好合理的打折力度 细节85 和厂家进行合作 细节86 保障促销活动的安全第七章 精确盘点，商品管理的14个细节 细节87 降低商品进货成本 细节88 店铺必须要有主力商品 细节89 把握进货的最佳时机 细节90 重视商品销售分析 细节91 及时盘点商品库存 细节92 与供应商建立良好的关系 细节93 处理滞销品要果断 细节94 用受欢迎的数字为商品定价 细节95 善于打造自主品牌 细节96 店铺应不断引进新产品 细节97 卖顾客所需而非“你”所愿 细节98 不景气时要及时应对 细节99 适当采购独特的产品 细节100 制定库存商品管理制度

<<开店稳赚的100个细节>>

章节摘录

细节28设计合理的陈列空间 开篇案例 某店主营女士套装和女式内衣，该店一向以商品的质量上佳和店铺的合理陈列而被顾客喜欢。

该店大体分成两半部分：一部分是半开放式的展示厅，主要展示女式内衣，内设展台和模特，模特身上的内衣款式是该店铺推出的主打商品，而展示柜内的商品则都是比较畅销的产品，这种陈列方式让顾客有一种宾至如归的感觉。

另一部分则是完全开放式的大厅，这个大厅主要陈列女士套装，除了采用展示台展示和模特展示外，还用货架展示，展示台上是新款女套装，用叠装方式不仅节省展示空间，还不影响顾客欣赏商品；模特身上展示的则是今年最流行的女套装款式，给顾客一种立体的视觉形象；货架上陈列的则是近年来经典的套装款式。

店内空间采用直线式设计，以灰褐色作为整个店铺的基调，其间再以深咖啡色点缀。

店内唯一的空余空间——墙壁则当做宣传的媒介，摆放各种形式的图片进行造势。

零售商学院点评 例中的这种陈列展示营造了一种日常生活的氛围，考虑到了进店购物顾客的心理感受，而店铺的整体设计则体现了职业女性特有的自主自立的形象和女性内在的温婉贤淑的特质。

店铺内的陈列让顾客找到了一种心灵的契合点，从而与商品产生共鸣。

即知即行 合理的陈列空间设计对于店铺来说，不仅能够恰当地展现商品的特性、属性和商家理念，还能为整个店铺营造一种生机盎然的气氛，从而提升销量。

1.合理利用活区 活区即人流最容易看见并注意到的区域，这个地方若不善加利用，那给店铺造成的损失是很大的；而与之相反的就是死区。

在活区范围内，要把本店本季特别推广或最新的商品陈列出来，让顾客一进店门就注意到这些主推款和最新商品；而一些平常的款式可以选择陈列在死区区域内，这样有助于提升销量。

2.货柜陈列有讲究 店铺内的陈列设计最好不要一眼就能看到底，这样吸引不了顾客一探究竟的好奇心。

店铺内的货柜陈列要有利于顾客的行走，并创造一种能一直走下去，似乎走完一地还有惊喜的感觉。

而一些店铺空间呈纵深型，可以将通道设计成S形，并向里延伸扩展陈列空间；一些矩形的店铺，则通过货架的陈列，让顾客可以在店铺内多转几圈，延长停留时间。

这样不至于在顾客进门后，转一圈就可以看遍店内的商品而调头就走。

3.壁面展示也很重要 店铺的店面面积总归有限，在地面陈列已经没有招式可想时，其实店铺内的壁面也是一个不错的陈列空间。

可以在壁面上选择一些质感不是太重、轻巧的商品展示，而且可以选择色彩鲜艳的商品为店铺增色。

壁面不仅仅是展示商品的陈列面，更是彰显店主新颖构思的舞台。

零售顾问箴言 设置合理的陈列空间是提升销量至关重要的因素，合理与否直接关系到顾客是否进店，这直接影响店铺的销售量。

因而，切不可只用几个货架就把店铺的本就稀有的陈列空间随意瓜分了。

如何陈列、如何分割陈列空间都需要考虑位置、顾客等众多因素，但最重要的一点就是：吸引顾客才是硬道理。

细节29陈列模式要定期更新 开篇案例 这天何阿姨跟往常一样去逛××超市，进去以后发现该超市已经来了一个“七十二变”，里面的陈列格局已完全改变，自己经常逛的生鲜类食品区被移至一个极不起眼的角落。

一开始她以为自己进错店门了，揉了揉眼再看，确实是要进的那家超市。

何阿姨在路过饮料区时，突然想起自己的孩子特别喜欢喝可乐，于是就拿了两瓶，刚放进购物篮瞥见旁边是薯片货品陈列区，又想起孩子喊了好久想吃薯片，以前从没注意到也就没买，今天看见了就索性多买几包。

不知不觉中，何阿姨已经逛到了结账处，她不经意看了一眼自己的购物车。

这一看吓了一跳，原本自己只打算买一些生鲜和生活用品，可现在购物车已经满了，里面除了为孩子

<<开店稳赚的100个细节>>

买的零食，还有其他杂碎的东西，而且有些东西想想都不知道为什么要买，可现在已经快结账了，只能往家搬了。

唉，都是这超市常常变模样，结果把我兜里的钱也给变走了。

零售商学院点评 很明显，例中的何阿姨在购物中犯了一般人都会犯的通病，即购物无节制。为什么像何阿姨这样的家庭主妇，那么精打细算还会超支购物呢？

这得归功于超市各个商品区域的定期更新。

若店铺的商品摆放位置时常变动，这样顾客为了找寻自己打算要买的商品而不得不慢慢找，在寻找过程中，无疑延长了购物时间，还附带地看到其他一些不在此次购物计划中的商品，这种商品就属于“冲动性购买”的商品，顾客一时按捺不住就把它们往购物车里放，到结账时发现为时已晚。

即知即行 当你进一个店铺，面对众多的商品在货架上放着时，千万别小看它，以为店主是随便便就那么摆放的，这么想就错了。

要知道，任何一家店铺的商品陈列模式都是经过长时间的售卖得出的经验，找出最有利于商品销售的摆放方式才是重中之重。

1.商品陈列应不时改变 即当你的店铺商品陈列超过一月了，就可以适当改变一下陈列模式。顾客光顾你的店铺次数多了，自然对店铺商品陈列很熟悉，当有购物需要时，进店后就直奔主题，这样就起不到捆绑销售的作用。

若经常变换陈列模式，让顾客每次进店都有一种新奇感，在购物过程中还能附带销售其他的商品，这应该是店主最乐意见到的。

2.顾客水平视线内的商品最易卖 即同一货架上的同类不同品牌产品，相比较而言，与顾客的站立时的水平视线最近的产品往往是卖的最快的。

为什么这么说呢？

因为在购物过程中，如果没有特别的品牌观念，一般顾客是不会仰起头或弯下腰去找对比商品的，顾客总是在目光平行处的商品栏上做选择。

3.不同节日不同陈列模式 一年内有很多的节日，这都是促销商品的好时机。

一些平时被遗忘的商品也可以跟节日热销商品一起捆绑销售，提升销量。

这就要求根据节日特点不断更改商品陈列模式，以突显商品的内涵。

零售顾问箴言 摆放不是一成不变的，多变才能吸引顾客，才能让顾客注意到商品的存在。

但改变陈列模式也需要有巧妙的心思，这样才能彰显商品的优点；否则对于店员而言，只是徒劳增加劳动量，却丝毫没有销量提升的效果。

<<开店稳赚的100个细节>>

编辑推荐

《开店稳赚的100个细节》立足管理者的角度，讲究“拿来能用、用了有效”的“硬”道理，力求书籍的实用性，用典型事例蕴含丰富管理经验的体例，融理论指导性与实际操作于一体，为您在管理过程中出现的问题做出详细的分析和解答，同时提供极具参考价值的方法和建议。

<<开店稳赚的100个细节>>

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>