

<<开一家赚钱的专卖店>>

图书基本信息

书名：<<开一家赚钱的专卖店>>

13位ISBN编号：9787508722269

10位ISBN编号：7508722264

出版时间：2008-10

出版时间：中国社会出版社

作者：杨月如

页数：260

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>

<<开一家赚钱的专卖店>>

前言

创业要想获得成功必须具备两个前提：一是做正确的事情，二是正确地做事情。一个人十分勤奋努力，充分挖掘自己的潜力来做事情只是正确地做事情，而选择好的行业才是做正确的事情。

有一个行业比较适合创业，那就是专卖店行业。

随着经济生活的不断发展和进步，专卖店在我国越来越成为一种有着良好发展前景的行业。

首先，专卖店能够满足消费者的个性化需求。

作为一种满足消费者生活需要的商店，其销售方式是快捷与便利，其商品特点是通用性强，使用和购买频率高。

专卖店的销售方式和商品特点与超级市场和便利店两种业态最大的不同是，较长时间的挑选性和商品特点的个性化和特制化，也就是说，它走的是差异性道路。

当世界上的百货公司正逐步走向衰落时，专卖店都获得了更大的发展。

无论是在繁华的商业街，还是在城市郊区的购物中心，专卖店都以其丰富的个性扮演着零售者多姿多彩的角色，在有的地方甚至是主要的角色。

可以说，如果缺少专卖店，零售业就少了一道亮丽的风景线，生活也许会变得乏味，消费者许许多多差异化、个性化的需求也许无法得到满足。

<<开一家赚钱的专卖店>>

内容概要

专卖店要发挥特色和优势。
现代市场是个性化的市场。
市场上卖同样东西的店铺到处都是，要使顾客上门非得有一些特点不可。
店铺的特色，当然要配合顾客的需要。
至于如何去发挥，则要特别考虑。
除了要注意店址和开店条件，还要考虑该地区居民的收入水平、文化水平等等。
其实，特色并不限于商品，其他如良好的服务、华丽的店面、诚恳的员工等，只要发挥其中一两项特点，就足以吸引顾客上门。

<<开一家赚钱的专卖店>>

作者简介

<<开一家赚钱的专卖店>>

书籍目录

第1章 你了解专卖店吗 专卖店的定义 专卖理念的渊源 专卖理念的内核 专卖理念的新发展 专卖店的特点 专卖店的六大特色 专卖店发展的独立化阶段 专卖店发展的专业化阶段 专卖店发展的成熟化阶段 专卖店对中国零售业发展的意义第2章 专卖店开业前的准备工作 做好心理上的准备 掌握市场信息 密切注意市场变化 勤于研究分析市场 市场调查的对象 市场调查方案 市场细分的作用 项目市场细分程度 项目消费者细分因素 项目市场选择 市场角色定位 例解加盟专卖店的技巧第3章 选择合适的商圈和地址 选择店址离不开商圈分析 专卖店商圈的设定 确定商圈必须考虑的因素 利用行人评估商圈 调查商圈内的竞争者情况 估计商圈范围的技巧 店址选择至关重要 影响店址区域位置选择的因素 专卖店选址的技巧 小额资金创业者的选店策略第4章 专卖店的开办与店铺设计 选择合适的经营范围 筹集开店资金 创办后必须解决的问题 专卖店的登记申请 专卖店的登记注册 店面广告的组成及作用 店面广告的设计 专卖店门面设计分类 注意发挥招牌的作用 专卖店橱窗宣传的独特功能 专卖店宣传橱窗设计 专卖店内部设计的表达要素 专卖店内部布局设计的原则第5章 塑造良好的专卖店形象 专卖店形象的重要性 专卖店形象塑造的根本准则 专卖店形象塑造的四个阶段 专卖店CIS的组成要素 专卖店成功离不开导入CIS 专卖店全面实施CIS需做的工作 专卖店CIS的实施步骤 通过公共关系活动打造亲和力 积极开展各种公共活动 专卖店需要大力宣传自身形象 专卖店企业形象宣传的关键 专卖店形象宣传要防止的现象第6章 专卖店顾客开发策略 顾客开发需要分析顾客购买行为 顾客开发需要了解顾客购买决策过程 善待顾客以增加顾客数量 运用信息传单吸引顾客 巧用“顾客分类法”开发顾客 巧用“营业时间法”开发顾客 巧借“结交朋友”开发顾客 巧用附带服务开发顾客 巧用“夫妻店”开发顾客 顾客开发需提高顾客满意度 专卖店提高顾客满意度的“四步曲” 顾客满意度的影响因素 提升顾客满意度的着力点 顾客满意度与顾客消费过程的关系第7章 专卖店的经营运作 专卖店经营战略的特点 专卖店经营战略的主要内容 专卖店经营战略的制定步骤 选择专卖店的经营战略模式 专卖店的“回归经营”策略 专卖店的“虽小犹大”经营策略 让专卖店有个好主题 为顾客提供周全的服务 为顾客营造一个满意的购物氛围 运用适合于顾客的排列方法第8章 专卖店的促销策略 专卖店的促销方式 选择合适的派送产品 派送的目的与时机选择 选择适当的派送渠道 派送流程与组织设计 正确评估产品派送 把握购买心理与广告诉求的关系 专卖店广告媒体的选择 确定合适的广告时机 专卖店新商品的定价策略 专卖店的心理定价策略第9章 营造良好的专卖店购物环境 专卖店购物环境的要素 专卖店的建筑及外观环境要求 不可忽视灯光、色彩、音响和气味 专卖店内部装潢要求 专卖店设备和设施的功能及设计特点 专卖店购物环境设计原则 专卖店购物环境设计的准备 专卖店的购物环境设计程序第10章 建立专卖店的营销理念 理解什么是服务 建立专卖店的服务战略 专卖店服务质量管理 什么是品牌 专卖店品牌管理的三个层次第11章 专卖店的计划绩效分析 了解专卖店经营方针的构成 制订专卖店的经营计划 拟定专卖店的经营对策 专卖店的绩效评估基准 专卖店的绩效评估项目 专卖店的激励原则 专卖店激励方式的选择 人员管理的经营绩效分析 商品及门市管理的经营绩效分析 库存管理的经营绩效分析 业绩提升的经营绩效分析第12章 专卖店的物流管理 专卖店的商品规划管理 合理规划商品离不开对顾客和销售的分析 合理确定商品结构 专卖店采购管理的原则和渠道 专卖店商品采购的组织与管理 专卖店商品采购技巧 有效控制专卖店的商品存货 专卖店商品的盘点和储存管理 在专卖店物流管理中充分运用条形码技术第13章 专卖店人力资源和现金流管理 专卖店人员的选择标准 专卖店的招聘与培训 专卖店人员的配备和安排 专卖店销售人员的考核 专卖店启动资金的管理 专卖店必须善于运用有限的资金 计算精确的损益平衡点 现金流管理离不开分类账和预估损益表第14章 让专卖店销售和管理人员变得优秀 店员的礼仪要求 店员要具备充分的商品知识 店员接近顾客的技巧 店员进行推荐式销售的要求 店员欢送顾客要做到有始有终 店员要重视顾客的抱怨 店长的角色定位 店长激发店员的技巧 店长让员工接受共同愿景的方法 店长把握经营中关键环节的技巧第15章 各类专卖店经营技巧 食品专卖店经营技巧 玩具专卖店经营技巧 时装专卖店经营技巧 礼品专卖店经营技巧 书报专卖店经营技巧 鲜花专卖店经营技巧 乐器专卖店经营技巧第16章 国内外成功专卖店经验介绍 美国专卖店的促销招数 爱马仕专卖店兴隆之谜 智利死玫瑰商店的成功经验

<<开一家赚钱的专卖店>>

美国盲童玩具商店的成功经验 奥地利绿色商店的成功经验 伦敦袜子商店的成功经验 日本单品商店的成功经验 美特斯·邦威专卖店的成功经验参考书目后记

<<开一家赚钱的专卖店>>

章节摘录

市场调查的对象市场分析的一个重要内容就是市场调查，只有通过市场调查，我们才能得到直接来自市场第一线的翔实资料。

市场调查对象包括消费者情况、竞争者情况以及商圈内的基本状况等一系列将与专卖店密切相关的情况。

专卖店为准备开店所做的市场调查，一般可分为两个阶段。

第一阶段主要是针对开店的可能性做范围广泛的调查，最终作为设店意向决定参考之用，重点在于设店预定营业额的推定及商店规模的概要决定，所以此阶段的内容应涵盖调查设店地区的市场特性，同时还要对该地区的大致情形有所了解。

第二阶段主要是根据第一阶段的结果，对消费者生活方式做深入的研讨，作为决定商店具体的营业方针的参考，重点在于商店具体的商品构成、定价及促销策略的确定，所以此阶段应该提供深入分析消费生活方式及确定商店格调等方面的基础资料。

专卖店开办之前，对于该地区内的各种条件，诸如商圈内的消费购买能力、竞争店的营业状况等，必须根据调查结果进行研究分析，以作为设店时营业额预测及决定商店规模的参考。

进而利用这些调查结果规划商店整体的经营策略、经营收益计划、设备资金计划，并对专卖店经营管理的各方面作整体性比较分析与修正，从而使开办决策的失误降低到最小。

值得注意的是，有两项内容我们不能忽视。

首先，除对于此地区内过去及现在的情况要了解之外，对今后的发展也必须考虑到。

其次，在运用调查资料作比较分析时，可以以类似的商圈或某一成熟的商圈来做比较，以使专卖店开办的决策更为准确。

专卖店的调查方法与一般的调查方法并无什么不同，这里对此不再加以说明，而只想说明生活结构、都市结构以及零售结构等三方面的调查重点，以期对专卖店开办时的市场调查有所帮助。

在具体实施时则可根据专卖店的规模以及市场定位，斟酌应用其中各点。

<<开一家赚钱的专卖店>>

后记

随着我国经济生活的不断发展和进步，专卖店在我国越来越成为一种有着良好发展前景的行业，开一家专卖店成为很多人实现创业梦想的一个不错的选择。

正因为如此，专卖店吸引了不少有志之士投身其中，从事专卖店的经营管理。

当然作为商业模式的一种，专卖店的发展前景虽然广阔，但是要想把它办好，使之盈利，甚至生意兴隆并不是一件容易的事情，因为这里有许多经验和技巧。

为了解决这一问题，我们特意编写了此书，以献给那些想开一专卖店的创业者。

本书主要内容包括对专卖店的总体认知，专卖店开业前的准备，专卖店的选址，开店与店铺设计，塑造良好的专卖店形象，顾客开发策略，品牌树立和发展，经营运作和促销策略，营造良好的购物环境，建立营销理念以及各类专卖店的经营技巧等章节。

本书重在总结专卖店理论研究和实践经验的基础上，通过大量的调查数据、案例分析和操作方法与技巧的介绍，系统解答有关专卖店经营和管理中的诸多问题。

全书注重实践，力求实效，具有实用性、操作性和前瞻性的特色，是专卖店经营者不可不读的经营管理类图书。

本书主要由杨月如编著，汪大海、张春霞、梁红、李艳秀、曲波共同参与编写。

再者为了把这本书更好地呈现给大家，编者参考借鉴了大量的经典案例与相关素材。

鉴于本书涉及内容比较复杂，虽然我们已尽了最大努力，但书中不免有遗漏和不妥之处，敬请广大读者批评指正。

<<开一家赚钱的专卖店>>

编辑推荐

《开一家赚钱的专卖店:专卖店经营必备手册》告诉你开专卖店赚钱的真正秘诀,确保店铺获得源源不断的利润,专卖店的出现是零售业的奇迹。

如果缺少专卖店,零售业就少了一道亮丽的风景线,生活也许会变得乏味,消费者许许多多差异化的、个性化的需求也许无法得到满足,现代零售业也许会失去许多顾客。

《开一家赚钱的专卖店:专卖店经营必备手册》从专卖店经营的各个方面系统地介绍了专卖店管理的各种方法与技巧,并在各主要章节辅以典型的案例,以便读者可以更好地理解与运用。

仔细阅读《开一家赚钱的专卖店:专卖店经营必备手册》,您将了解到以下专卖店经营知识:专卖店开业前的准备工作专卖店的开办与店铺设计专卖店的顾客开发策略专卖店的促销策略专卖店的营销理念专卖店的物流管理各类专卖店的经营技巧选择合适的商圈和地址塑造良好的专卖店形象专卖店的营运作专卖店购物环境管理专卖店的计划绩效分析专卖店的人力资源和现金流管理国内外成功专卖店经验介绍专卖店经营必读在发挥专卖店特色的过程中,有时难免受到空间、人事、技能及资金等现实因素的限制,这时应先从可能的事项着手。

一步一个脚印去做好特色文章,如把重点放在自己较为熟悉的商品及较有竞争性的商品上去。

特色服务不能仅限于商品本身,诚恳的态度、合适的店面、员工的素质也是特色之一。

<<开一家赚钱的专卖店>>

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>