

这样开店才会赚大全集



[这样开店才会赚大全集 下载链接1](#)

著者:华管

出版者:中国华侨

出版时间:2011-10

装帧:

isbn:9787511316790

《这样开店才会赚大全集(超值白金版)》内容简介：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》。《这样开店才会赚大全集(超值白金版)》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。

作者介绍：

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 产品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建立 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本奉第三章

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 卖市场火爆的商品
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 按销售火爆程度进货 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
· · · · · (收起)

[这样开店才会赚大全集](#) [下载链接1](#)

标签

开店

好

评论

[这样开店才会赚大全集 下载链接1](#)

书评

[这样开店才会赚大全集 下载链接1](#)