

<<如何开一家赚钱的店大全集>>

图书基本信息

书名：<<如何开一家赚钱的店大全集>>

13位ISBN编号：9787511310811

10位ISBN编号：7511310818

出版时间：2011-8

出版时间：中国华侨

作者：武敬敏//欧俊

页数：478

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>

<<如何开一家赚钱的店大全集>>

内容概要

常言道：“生意做遍，不如开店。

”在目前很多人选择自主创业当老板的大趋势下，开店因创业成本低、收益快、市场广阔，所以成了许多梦想创业者的首选。

开店虽不难，但要想开一家财源滚滚的旺铺，却并不是件容易的事。

如果你没有开店赚钱的招数，仅仅凭着投资开店的热情，就想把大把大把的钞票揽进腰包，很显然，这只能是你的一厢情愿。就像浪里淘沙一样。

尽管每年有成千上万的各式店铺在鞭炮锣鼓声中开张，由此可能会催生出成千上万个百万富翁、千万富翁，但也会有很多店铺黯然关张，甚至赔得血本无归。

所以说，开店有学问，赚钱有门道。

在店铺林立、竞争激烈的今天，要想开一家赚钱的店，必须熟悉开店的基本流程，掌握科学的管理方法，懂得有效的营销技巧，避免开店的误区。

为了让广大创业者少碰钉子、少走弯路，武敬敏、欧俊编写了这本《如何开一家赚钱的店大全集》。

《如何开一家赚钱的店大全集》内容系统全面，它根据开店的经营流程和运作程序。

对店铺经营的各个步骤进行了详细分析，介绍了开店的筹划与准备、选址与布局、营销与服务、管理与赢利等经营智慧和赚钱艺术。

本书不仅为那些准备开店的人提供了基本的开店知识和经营方法，让他们的开店之路走得更加顺利；也为那些已经开店但由于各种原因经营不善而面临困境的店主提供了扭转局面的思路，使其从中得到灵感，从而改变店铺的经营状况，实现赢利。

相信本书会给店铺经营者带来实实在在的帮助。

<<如何开一家赚钱的店大全集>>

书籍目录

第一篇 赚钱店铺的开店必备知识

第一章 如何做好市场调查分析

- 开店前期为什么要进行市场调查
- 选择哪种类型的方式进行市场调查
- 市场调查的方法
- 市场调查的3个步骤
- 如何确定调查对象和范围
- 如何处理调查的原始数据
- 如何处理二手数据
- 什么样的市场分析最有效
- 市场调查注重了解市场需求
- 市场调查要加强人口分析
- 什么是消费者市场调查
- 什么是消费者固定样本调查
- 市场调查分析要借助专家的力量
- 如何调查竞争对手的状况
- 如何展开市场环境调查
- 如何得知政策和法规对店铺的影响
- 如何得知顾客的需求和购买情况
- 如何预测未来市场的需求

第二章 如何选好经营项目

- 选个好项目是赚钱的关键
- 开发好项目的几点讲究
- 好项目选取的4要点
- 好项目选取的几点法则与评估
- 如何对所选的经营项目进行定位
- 接管转让店需要谨慎
- 选项目要瞄准小众群体
- 开店要“不走寻常路”

第三章 如何进行投资预算

- 开店前的投资预算很重要
- 预算要对投资项目进行详细的分析
- 估算店铺的管理费用
- 估算固定设备的投入费用
- 估算店铺每月支出的费用
- 核算开店所需要的资金额
- 确定开店融资的规模
- 精打细算投资的3个方略
- 如何进行损益分析r
- 如何减少开业初期的投资

第四章 开店必须具备的知识和素质

- 要具备相关的经济管理知识
- 要具备相关的税务知识
- 如何应对纳税检查

<<如何开一家赚钱的店大全集>>

如何学会用合法的手段避税

如何利用税收优惠法

筹资避税怎么进行

固定资产折旧避税怎么进行

新产品避税怎么进行

要具备相关的法律知识

劳动合同必须具备哪些条款

什么是无效合同

什么是可撤销或可变更合同

一方不履行合同时该怎么办

遇到经济纠纷该怎么办

第二篇 开店准备：筹资、选址与登记

第一章 如何筹集开店资金

做一个周全的筹集计划

筹资的风险和应对措施

筹措资金的5个要求

筹措资金应遵循的原则

筹措资金的基本渠道

联营筹资

借款筹资

自己的积蓄应是资金的第一来源

筹措的资金应该比预算的要多一些

开辟高效、稳健的筹资渠道有哪些原则

抓住特许商提供的加盟设备、资金支持

抓住新办市场提供的免除摊位租金支持

如何降低筹措资金的成本

如何掌握好借钱的技术

第二章 如何选址

店址选择的重要意义

店址选择的3个原则

店址选择的一般程序

店址选择要考虑的内外因素

选择店址的误区

如何评估所选店铺的位置

如何确定一个适合的商圈

如何寻找稳赚不赔的黄金店面

如何获得选择店址的信息

选择店址要因地制宜

选择准确的区位进行开店

选择在客流大的地方开店

选择在有合适停车位的地方开店

选址要采取“傍大款”的原则

选择在三岔路口或拐角开店

根据顾客需求选择店址

根据街道的特点和客流方向选址

哪些地段不宜开店

选择店址不要怕租金高

<<如何开一家赚钱的店大全集>>

相中的店面要及时拿下

开店资金有限时如何选址

签订租房协议要慎重

第三章 如何办理店铺开业的相关手续

店铺申请设立前的准备

如何办理法人登记

如何申请开业登记

开业登记包括哪些项目

如何有技巧地介绍和展示商品

如何说服和引导顾客

如何与自我防卫型顾客沟通

第二章 如何维护顾客关系

牢牢抓住具有购买力的顾客

如何做好顾客的管理

为顾客建立档案

店铺服务的4个原则

制定详细的服务标准

为顾客提供优质的个性化服务

了解顾客的满意度

调查顾客满意度的步骤

如何提高顾客的忠诚度

深入了解顾客流失的原因

处理顾客抱怨的11个方法

运用会员制来留住顾客

如何将每一个顾客都培养成回头客

多做小事用心感动顾客

运用口碑的力量挽留顾客

区别对待不同类型的顾客

尊重顾客才能赢得利润

提供超值服务留住老顾客

第三章 如何处理顾客的投诉

顾客投诉处理流程

接受顾客投诉时与顾客交谈的原则

有效解决投诉问题的原则

处理顾客投诉的注意点

针对不同的投诉方式的处理办法

根据不同投诉原因应对的技巧

第十一篇 开一家赚钱的网店

第一章 如何设计和装修网店

网上购物趋势日益上升

网上开店成本低

注册开店程序简单

网店适应人群广泛

进货方式更加多样化

赚取地区价格差价

开网店首先要确定网店的风格

装饰布局凸显网店特色

<<如何开一家赚钱的店大全集>>

第二章 如何发布销售信息

- 把握商品最佳上架时间
- 详细清晰地介绍商品
- 如何更好地利用橱窗展示
- 使用真人模特, 增加商品的直观视觉效果

第三章 如何与顾客讨价还价

- 熟知网络环境下消费者的心理
- 商品定价应考虑的因素
- 网上商品的定价策略
- 网上开店留住顾客的策略

第四章 如何发货

- 选择快递公司需要注意的问题
- 自己计算运费, 方便又实惠
- 降低快递费用的妙招
- 向国外发货的省钱秘诀

第五章 如何进行店铺推广

- 利用节假日开展促销
- 积极加入各类论坛和社区
- 与其他商铺友情链接
- 优化关键词, 增加搜索机会
- 灵活运用信用评价免费做广告
- 加入网商联盟
- 即时通信工具的神奇功效

第六章 如何防诈防骗

- 账户安全尤为重要
- 网上进货如何识别骗子
- 网上银行交易防骗技巧
- 网上交易的常见骗术
- 申请手续应该到哪些部门去办
- 哪些行业允许个体经营
- 店名应预先核准登记
- 关于店铺注册资金的要求有哪些
- 办理登记手续并领取营业执照
- 领取营业执照后应办理的事项
- 如何办理相关的税务登记
- 纳税申请的内容和方法
- 如何办理变更与注销税务登记
- 关于申请退还超缴税款的报告
- 如何办理银行账户

第三篇 店面设计: 店名、店铺的设计

第一章 如何为店铺命名

- 好名字是店铺的金字招牌
- 店铺取名应掌握的经典法则
- 店铺取名应掌握的方法
- 店铺起名的惯用技巧
- 店铺取名应避免的8大禁忌
- 店铺取名要考虑时尚特点

<<如何开一家赚钱的店大全集>>

取一个能提升品位的店名

取一个能保证信誉的店名

第二章 如何进行店铺设计

店铺的形象设计很重要

店铺形象设计的基本特征

塑造店铺形象必须顾及的3个方面

塑造店铺形象要注意的4个问题

塑造店铺形象的4个阶段

如何设计店面的风格

如何设计店名的标准字

通风设计要注重4个方面

提高经营业绩的卖场设计

卖场设计的原则和要求

卖场设计的基本布局类型

卖场设计的几个关键点

店铺设计的用色技巧

如何用音乐营造热烈的购物氛围

店铺设计的气味技巧

设计让顾客流连其间的宽敞通道

怎样设计具有诱惑的收银区

第四篇 货品管理：陈列、进货与库存

第一章 如何进货

掌握进货的流程和采购方式

如何掌握进货周期

如何制定商品的采购策略

如何制订合理的采购进货计划

采购合同的内容和签订程序

采购需要了解的财务知识

不同店铺的不同采购管理方式

和批发商打交道的注意事项

店铺与供应商之间易出现的问题

如何分辨供应商的优劣

进货谈判的原则

进货谈判不仅仅是谈价格

进货谈判时的意外情况处理

商品采购验收标准

识别货物真假与质量的方法

在验收的过程中要注意哪些问题

如何运输商品才合理

商品运输的主要环节和基本要求

进货之前要先进行几方面的市场调查

进货前店主应广泛收集货源信息

进货要针对主体顾客的心理

进货不妨赶时髦

在进货时防止商品的损失

最大限度地降低进货成本

补货应该注意的事项

<<如何开一家赚钱的店大全集>>

第二章 如何盘点和管理库存货品

- 盘点的目的和原则
- 盘点的类别有哪些
- 店铺盘点的方法有哪些
- 店铺盘点要注意哪些事项
- 如何避免盘点时的损耗
- 盘点作业实施流程
- 如何进行日盘点、月盘点、年盘点
- 商品库存的有效管理
- 库存管理的分类及主要形式
- 店铺合理库存的两个指标
- 分析库存是否合理
- 如何保管好库存
- 存货的损失有哪些
- 降低库存的策略与措施
- 如何处理品牌货物库存

第三章 如何陈列货物

- 商品的陈列直接影响店铺生意的好坏
- 培养店员的商品陈列意识
- 商品陈列有哪些原则
- 商品陈列有哪些方法
- 商品组合陈列的5种思路
- 商品陈列要注意的事项
- 商品的陈列要从方便分类的角度出发
- 商品的陈列要显得丰富
- 商品的陈列要实现其内在美和外在美的统一
- 商品陈列的前提是规划商品配置表
- 给周转快的商品安排好的位置
- 不同季节的商品陈列方法
- 各种类型店铺的商品陈列策略
- 一般货架陈列有哪些要点
- 商品陈列要方便欣赏和选购
- 怎样选择合适的商品陈列用具
- 怎样陈列商品适合顾客的移动路线
- 怎样给顾客营造一个宽松的浏览商品的环境
- 怎样利用视觉差满足顾客购买欲望
- 怎样陈列商品有助于防盗
- 怎样利用好橱窗有效地展示商品
- 怎样用陈列细节打动顾客的心

第四章 如何退换货品

- 退换货物管理的知识准备
- 退换商品的一般流程
- 确定退货和更换的标准
- 退换货处理三注意
- 如何寄送店铺的退货单
- 如何办理店铺退货结算
- 顾客退换货处理办法

<<如何开一家赚钱的店大全集>>

顾客退换货品时的接待方法

顾客退换货物时未保持原样怎么办

顾客对商品退换处理意见产生异议时怎么办

第五篇 价格管理：商品定价与调价

第一章 如何为商品定价

商品定价的目标是什么

为商品定价的程序

影响店铺定价的4种因素

商品定价的几种方法

根据顾客的心理进行定价

定价如何因人而异

定价如何因地制宜

定价如何因时制宜

根据顾客的消费心理来定价

根据销售需求定价

根据薄利多销的原则定价

用顾客喜闻乐见的数字来定价

把定价的权力交给顾客

差别定价有助于扩大销售

招徕定价吸引顾客

折扣商品如何定价

新开店铺的定价策略

第二章 如何调整商品价格

为什么要调整商品的价格

商品价格的主动调整

商品价格的被动调整

价格调整要随行就市

灵活调整价格策略

不同类型商品的变价策略

商品降价要把握时机

商品降价的4个策略

商品涨价的5种策略

价格促销的9大策略

如何维持产品的价格形象

如何规避价格战雷区

第六篇 销售管理：日常销售与促销

第一章 如何接待顾客

接待顾客的学问

接待顾客的规范要求

接待不同类型的顾客有方法

接待顾客的禁忌

接待顾客的必备礼仪

接待顾客的礼貌用语

接待顾客的流程

接待措辞要因性别而异

掌握好接近顾客的最佳时机

如何正确地和顾客打招呼

<<如何开一家赚钱的店大全集>>

如何询问顾客的需求
如何接待吹毛求疵、盛气凌人的客户
如何接待三思而行的顾客
如何接待爱刨根问底的顾客
如何接待现在不买的顾客
如何接待难下决定的顾客
如何接待“去别处看看”的顾客
如何接待有急事的顾客
如何接待已买过商品的顾客
如何接待买不起或嫌贵的顾客
如何接待不同年龄的顾客
如何对待心直口快、善于交流的顾客
如何接待少言寡语的顾客
缺货时如何让顾客满意而归

第二章 如何进行销售

制定销售业绩目标
制定销售目标的方法
提升销售业绩的实战秘诀
有效进行店铺绩效评估的条件
销售要重点介绍商品的卖点
介绍商品的几种有效的方法
6类商品的介绍技巧
抓住顺利成交的信号
把握成交的方法
营造热销氛围，感染顾客的购买情绪
用FAB激发顾客的购买欲
等待销售时机应注意的事项
促使顾客决定购买的技巧
了解顾客购买心理的转换过程
充分了解顾客的意向促成交易
制造商品紧俏的氛围
要重视销售不好的商品
卖出高价商品的方法
利用赊账提高销售额
旺季一定要热卖
充分利用销售淡季
送货上门主动出击
解除顾客的后顾之忧

第三章 如何进行促销

进行促销评估要注意几个问题
店铺搞促销的5大原因
店铺促销的目标
店铺促销的步骤
如何进行促销评估
灵活多样的促销形式
选择最佳的促销时机
重点掌握6个促销时机

<<如何开一家赚钱的店大全集>>

节假日促销的4个妙招

确定吸引消费者的促销主题

现场演示有助于促销

满足顾客好奇心的促销方式

促销时如何提供售后服务

促销要避免的几个误区

赠品促销拉近与消费者的距离

价格促销要讲究诚信

优惠券促销

退费优惠促销

会员制促销

竞赛与抽奖促销

充分发挥店长在促销中的作用

电话促销要注意言语表达

设置合理的网络促销目标

第四章 如何进行广告宣传

选择恰当的广告宣传自己

投入恰当的广告费

店铺广告的3种类型

广告宣传要有主题

店面广告的制作要点

店面广告的9大种类

宣传店铺要抓住开张的时机

巧用名人效应

第七篇 员工管理：员工的培训与管理

第一章 如何招聘员工

为什么要重视招聘

店员招聘的原则

店铺员工招聘准备工作

店员招聘的具体步骤

制定店铺销售人员招聘的标准

制定招聘计划内容和注意事项

选择合适的招聘渠道

对应聘人员简历的筛选技巧

选拔员工要进行的测试

面试的流程

面试的内容

面试的技巧

面试应注意的事项

面试应避免的错误

选聘后录用员工的原则

选聘后录用员工的流程

第二章 如何使用、管理员工

店员使用的基本原则

管理店员的基本技巧

怎样去领导你的店员

员工的日常作业分配

<<如何开一家赚钱的店大全集>>

员工管理中常出现的问题

批评店员的原则

批评店员的方法

解决店员之间矛盾的注意事项

理解不同类型的员工

老板要善于授权

为什么必须进行职务轮换

提拔下属要考虑他的才能

使用内部提拔的用人策略

怎样去发现好店员

怎么留住优秀的员工

试用期人员的试用办法

试用员工的管理办法

如何管理临时工

怎样辞退员工

员工离职的基本分析

做好离职的面谈工作

消除离职隐患

员工离职时的商业秘密管理

避免离职的法律纠纷

第三章 如何培训员工

店铺员工培训的目的

店铺员工培训的形式

员工培训的原则

员工培训的途径

店员培训的3个步骤

店员培训的4项内容

店铺员工培训的误区

店员营销技巧的培训

如何提高员工的沟通能力

如何提高员工的自我学习能力

新员工入职培训

对新进员工的语言训练

对新进员工的礼仪培训

培训店长的要点说明

培训销售员的基本内容

店员如何注意自己的仪表

店员为什么要有亲和力

店员为什么要幽默

第四章 如何让员工主动工作

为什么要对员工进行激励管理

建立有效的激励机制

激励员工的程序

激励员工的7个技巧

激励员工须遵守的6条原则

奖惩激励

薪酬激励

<<如何开一家赚钱的店大全集>>

目标激励

工作激励

员工参与激励

激励员工的物质手段

激励员工的非物质手段

鼓励员工充分发挥自身的潜能

第八篇 财务管理：店铺的开源和节流

第一章 如何保证财务安全

建立健全的财务系统

适时对财务指标进行系统分析

做好店铺财务指示分析

如何检查店铺的财务隐患

现金流量表的预警作用

如何管理现金流

提高有限现金流流动率

规范收银作业

熟练应对收银中的各种支付方式

收银中的注意事项

加强应收账款的管理

顺利讨回应收款的方法

如何进行店铺的促销预算

店铺理财有哪些误区

第二章 员工薪酬及发放标准的制定

什么是薪酬

影响薪酬的因素

设置薪酬制度的一般程序

制定薪酬制度的基本原则

薪酬设计应与经营目标结合起来

店铺工资制度确定

销售员工工资体系

如何建立按劳取酬的薪酬制度

如何建立利益共享的福利制度

如何协调好新老员工之间的薪酬

不同的阶段不同的薪酬

人数不确定，如何预算薪酬总额

如何制定相关的奖金管理制度

店铺奖金的发放形式

年终奖发放的3个原则

店铺员工福利管理

店铺员工福利的作用

店铺员工福利管理原则

弹性自助福利计划

第三章 如何控制成本

控制成本是开店的赢利途径之一

编制相关财务报表

如何控制采购的成本

如何控制店铺的开支

<<如何开一家赚钱的店大全集>>

如何控制商品的损耗成本

如何控制仓储成本

第九篇 店铺管理：店铺的正常运营与管理

第一章 店铺的日常运营管理

店铺的日常营运流程

店铺营业人员的服饰要求

店铺的安全如何管理

店铺的日常消防管理

安装电子监控系统的管理

收银作业如何管理

第二章 应急事件的处理

当你遇到人事危机，怎么办

当收到假币怎么办

当店员发牢骚时怎么办

当顾客反映促销员太热情时，怎么办

当你遇到顾客偷窃时，怎么办

当你发现员工内窃时怎么办

当你遇到财务困境时，怎么办

当你遇上了价格战时，怎么办

当你的商品发生损失时，怎么办

当你积压大量商品时，怎么办

当顾客要求退换货时，怎么办

当顾客产生不满时，怎么办

当顾客提出投诉时，怎么办

当顾客无理取闹时，怎么办

当顾客抱怨排队时间太长时，怎么办

当顾客对产品的价格产生异议时，怎么办

当店铺突发停电时，怎么办

当顾客对产品的功能产生疑问时，怎么办

当店铺发生火灾时，怎么办

当顾客对产品质量产生疑问时，怎么办

第三章 如何把店铺做大做强

分析店铺经营不善的原因

如何让店铺快速成长

树立正确的经营观念

要有敏锐的市场嗅觉

制定切实的利润目标

第十篇 顾客关系管理：顾客的沟通与维护

第一章 如何与顾客沟通

与顾客进行有效沟通的10个诀窍

关于与顾客沟通的几点建议

避免沟通失败的诀窍

用顾客喜欢的方式接待他们

微笑着与顾客交谈

倾听是沟通的开始

察言观色，了解顾客的需求

以提问的方式牵着顾客走

<<如何开一家赚钱的店大全集>>

与顾客沟通要给面子

妥善回答顾客的每一个问题

如何用好的开场白吸引顾客

如何巧妙应对顾客的讨价还价

如何用赞美巧妙打动顾客

<<如何开一家赚钱的店大全集>>

章节摘录

第一章 如何做好市场调查分析 开店前期为什么要进行市场调查 要使店铺创建的每个环节都做到有的放矢，严密而精确的市场调查必不可少。

因为调查过程中所搜集的数据资料是对行业现状和竞争对手情况的综合描述，也是以后的筹资、决策、经营方案制定等一系列事项的重要依据。

所谓的市场调查，既是店铺创建过程的起点，又贯穿于店铺销售活动的始终。

它要求运用科学的方法，通过各种途径、手段，有目的、有计划、系统而客观地收集、记录、整理与分析本行业的现状和历史资料，预测其发展趋势，为店铺创建拟定经营和管理决策提出方案或建议，为店铺的决策者进行科学决策提供依据。

店铺创建伊始，如果不了解其所售商品的市场行情和消费者需求，就会造成经营的盲目性，就很难取得良好的经济效益和品牌效益，就会在激烈的市场竞争中失去活力，甚至危及店铺的生存。

因此，市场调查对店铺创建有着十分重要的意义。

其主要体现在以下几个方面：1. 了解消费者需求是市场调查的首要作用 经营的最终目的是为了将商品卖出去，实现其商品的价值。

但在实现其商品价值的过程中必须通过消费者购买商品来实现。

消费者购买商品，是因为它能够满足消费者的需求。

可见，店铺能否成功地销售商品，关键是要掌握消费者需求，选定适销对路的商品，而市场调查为此提供了有力的数据资料。

2. 市场调查是制定经营决策的前提 店铺只有根据市场调查所掌握的信息和资料，才能对市场变化趋势作出较为科学的预测，正确地进行经营决策，并在此基础上制定正确的经营规划和计划，为店铺的长期发展打下坚实的基础。

3. 市场调查是店铺正确制定市场营销方案的保证 店铺制定市场营销方案的主要目的是为了拓展市场，并有效地增加效益。

店铺只有通过市场调查研究与分析，才能充分了解和掌握店铺的内部条件和外部环境等动态影响因素，从而制定切实可行的营销方案。

4. 市场调查是店铺提高整体经营管理水平的最佳依据 店铺经营管理水平的高低，直接影响其决策、采购、销售和服务等各方面的状况和水平，最终影响店铺的经济效益。

通过市场调查，有利于及时发现自身的管理不足，了解同行业经营管理的情况，学习和借鉴他人的好方法、好经验，不断地改进和完善自己的管理工作，从而使店铺的整体经营管理水平再上新台阶。

选择哪种类型的方式进行市场调查 做任何事情都要讲究方式和方法，市场调查也是如此，选择哪种类型的调查方式对结果有很大影响。

市场调查依据不同的调查目的可分为不同类型。

1. 综合性调查 综合性调查，是在了解消费者需求这个大目标的指引下，全方位地调查与此相关的全部信息，着重回答顾客购买的对象、购买的时间及购买的程序等问题，并提出一系列的解决措施。

利用此种方法进行调查，必须收集大量的信息情报，调查前需要有详细的计划和提纲，以保证信息的全面性和准确性。

2. 针对性调查 针对性调查，是管理者对产品在市场中的情况很不清楚或感到对调查的问题不知从何处下手时所采用的方法。

它的主要目的是发现问题、提出问题，从而确定调查的重点。

不光是商业实体的创建采用这种方法，就是在具体的经营过程中也常常采用这种方法。

比如，商品销售量不断下降，问题出在哪儿？

影响销售量的因素实在太多了，还分不清到底是哪一个因素为主导，究竟是广告费用减少造成的，还是服务质量差造成的，或是其他的原因？

是由于竞争者改进了技术，还是本企业产品质量有问题？

此类问题不可能逐一地进行调查。

<<如何开一家赚钱的店大全集>>

这时可以先从一些消费者或者同行那里去收集和掌握一些相关的信息，然后从分析中发现问题，以作进一步的调查。

有时，随着市场的变化，管理者应使用哪些商品组合来满足市场需求？

要开发哪些新的消费群体？

这些问题也需要通过针对性调查来收集资料，以便为管理者的科学决策提供依据。

针对性调查多用二手资料，或请教一些专家、学者，让他们发表意见，说出自己的看法，或者以有针对性的问题为依据。

3. 预测性调查 预测性调查，是对未来市场的需求变化进行估计所进行的调查方法。

在市场调查的整个过程中，预测性调查意义重大，它决定着店铺的命运及今后的发展，可以减少店铺创建过程中的风险及损失。

4. 因果性调查 因果性调查，就是分析发生问题的前因后果，并探清因果之间的数量关系所使用的调查方法。

因果调查应用的范围极广。

比如，哪类商品畅销或滞销，用户为什么对这种品牌有忠诚度而不喜欢别的品牌？

商品的价格、质量、服务、包装等对销售量究竟有何影响及影响度有多大，价格弹性如何？

上述问题对店铺的存亡有很大影响。

以上4种调查类型是互相联系的，管理者在进行调查时，可以综合使用。

细致的调查是有百利而无一害的。

市场调查的方法 市场调查的方法多种多样，使用哪一种方法主要取决于调查的目的、行业以及被调查对象的特点等。

在店铺创建初期的市场调查中，往往要综合应用多种调查方法。

常用的市场调查方法大致有以下几种：一、访问法 访问法是将所要调查的事项，以当面、电话或书面的方式向被调查者提出询问，以获得所需资料的调查方法。

它是最常用的调查统计方法。

访问法还具体分为以下几种：1. 个体访问法 是调查者面对面地向调查对象询问有关问题，调查对象的回答可当场记录的调查方法。

这里的调查对象多是相互之间没有关联的个体。

调查者可根据事先拟定的询问表（问卷）或调查提纲提问，也可采用自由交谈的方式进行。

调查方式可采用走出去、请进来或召开座谈会的形式，进行一次或多次调查。

2. 分组访问法 是指建立一个包括各部门人员的专门小组面对面地向调查对象询问有关问题，调查过程中调查者相互配合的一种方法。

如组织设计、工艺、情报、质量、设备和销售人员参加的用户访问小组。

这种调查方法能取得全方位的资料，效果较好。

个体访问与分组访问的特点是直接面对调查对象，能当面听取意见并观察反应；能相互启发和较深入地了解情况，对问卷中不太清楚的问题可给予解释；可根据被调查者的态度灵活掌握，或进行详细调查，或一般性调查，或停止调查；资料的真实性较大，回收率高。

但这两种调查方式也存在着两大弊端：首先是调查成本高，包括资金成本和人员成本；其次是调查质量取决于人员配置，容易因小失大。

3. 电话访问法 是调查者经充分准备后，用电话向调查对象询问并收集资料的一种方法。

其优点是资料收集速度最快，成本最低；可按拟定的统一问卷询问，便于资料统一处理。

缺点是调查对象只限于有电话的用户，调查总体不够完整；调查程度不够深入，调查的质量与调查对象当时的心情和调查气氛有关。

4. 信函访问法 是将设计好的询问调查表、信函、订货单、征订单等通过邮局寄给被调查者，请其填好后寄回的方法。

这种方法的优点是：调查范围广，凡邮政所达地区均可列入调查范围；被调查者可有充分的时间来回答；调查成本较低；调查资料较真实。

缺点是得到的反馈数量要打折扣，回收时间较长；往往因调查对象不能全面配合而导致调查质量不高

<<如何开一家赚钱的店大全集>>

- 至于在具体调查中到底选用哪种方法，主要应根据调查问题的性质和要求，决定一种或多种结合使用。
……

<<如何开一家赚钱的店大全集>>

编辑推荐

《如何开一家赚钱的店（大全集）》是创业者和店铺经营者不可多得的操作指南，它以通俗易懂的语言，充分吸收先进的经营管理技巧和理念，全面系统地介绍了如何成功经营一家店铺的相关知识，其中既有相关的理论知识，更有简明的操作方法，多层次、多方位地阐释了创业开店的经营技巧和策略。

本书不仅为那些准备开店的人提供了基本的开店知识和经营方法，让他们的开店之路走得更加顺利；也为那些已经开店但由于各种原因经营不善而面临困境的店主提供了扭转局面的思路，让其从中得到灵感，从而改变店铺的经营状况，实现赢利。

相信本书会给店铺经营者带来实实在在的帮助。

<<如何开一家赚钱的店大全集>>

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>