

思想有多远,经营就有多远

饰品店经营创新 收入扶摇直上

同是在兴旺商区的饰品单元、相同经营面积的小店，为什么有的生意会失败，有的生意勉强维持温饱？而有的生意却蒸蒸日上呢？谭先生以其实际经验告诉我们，求新求变应是一条放之四海皆准的原则：他通过引进全市首创的点心饰物新品，全面改造流行前线的饰品小店，将一份顶手来的小生意做得活色生香，月收入扶摇直上突破万元大关。

谭先生成功的关键是居安思危、全面创新。他不仅首创了市场新品点心饰物，而且还改装陈列模式，定做了具有流动视觉效果的回旋货柜台，别出心裁地用巧克力盒、糖果盒来包装饰品，真正做到思想有多远经营就有多远，走在同行前列，喝到了头啖汤。

从进货开始改革

去年8月，有意小本创业的广州白领谭先生等来了流行前线的一家几平方米的档口，原档主卖的是钥匙链、手机坠、项链耳环等杂牌饰物，开在被商场整编过的饰品单元，无论是产品还是经营方式，都与左邻右舍没有什么差别，借着人流量，生意本也能混个

温饱。可这对于谭先生来说，实在差强人意了，他孤身下海，就是想做出兴旺红火的日子！于是，他决定从进货开始改革，为小店脱胎换骨。什么样的新品更吸引人呢？若干年的工作经验使他熟知每个周末广州交易会大厅中都会举办行业专场，谭先生有心去交易会找找灵感。现成的产品没有找到，创意灵感却悄然而至。

8月中旬的一场出口产品展会上，广州较大的一家仿真塑胶制品企业在展出他们的新品，运用南美树脂生产的仿真食品，其中既有色彩鲜艳的切片鱼生，也有惟妙惟肖的烧卖、蛋挞等点心，个个逼真活泼，手感上佳。

本来，这些产品只被餐饮商店用作食品模型陈列，并没有特别的实用价值；但谭先生想到在不久前的韩国电视连续剧中，女主角曾使用过惟妙惟肖的巧克力钥匙链，那么，为什么不把这些仿生食品制造成可爱的手机链、钥匙链甚至项链来兜售呢？

想到做到，谭先生立刻与该企业取得了联系，对方也被这个甜蜜的构思所吸引了，立即决定试着生产。很快，第一批点心饰品摆上了谭先生流行前线的柜台，成为了小店整改的拳

换个陈列方法 生意好了几倍

开始时，由于小店开在琳琅满目的饰品单元，乱花渐欲迷人眼，路过客人往往忽视了店内的新品。谭先生看着着急，索性搬出了两个新品货柜，放在小店中央，吸引大家的目光。可是时间长了，沉甸甸的货柜阻碍交通，又很凌乱，也不是个长久的办法。

谭先生天天琢磨来琢磨去，不巧从理发店门口走过，看到转动的彩柱，立刻计由心生：为什么不做一个圆柱形转动货柜呢？既节约了空间又规范了货品，而且还可以从中安个灯箱，增强视觉效果。

定做的货柜送来之后，摆放效果比预想的还要好，一排彩灯之下，是层次分明的六层货品，呈结婚蛋糕状排列，钥匙链刚好可以一圈挂在上边，转动时如同回旋寿司馆一样活泼雅致，远处的顾客都能一目了然。自此之后，新品销售节节攀升，第二个月卖出的点心居然就成了第一个月的三倍。

一盒巧克力带来包装改革



“新生意勤打点，交流交心最重要”。几个月生意做下来，谭先生感触最深的就是这句话。他年近中年，早已不再是迷恋Q品、蹦蹦跳跳的年轻人了，可为了稳定生意，他还是日日打起精神，守在店内，直接从小顾客那里讨教知识。

外行人谈热闹，有心人谈门道。贴心交流使得很多有益的点子应运而生。记得十一黄金周前，店内来了一位少年，说是要给女朋友购买一盒树脂比利时巧克力；可当谭先生递给他时，看到栩栩如生的树脂胶模型，他却灵机一动，想要和女友开个善意的玩笑，只要了一半模型，回去后打算再用真

巧克力填充另外一半，让女友尝试哪些是真哪些是假。

这一点给了谭先生很大的启发，他由此制作了搞怪贴土，衍生出许多指导顾客玩浪漫的购物妙想，张贴在小店内，口授给店员，以此吸引年轻顾客。在此基础上逐步发挥，谭先生继续在包装上下工夫，尝试着将真糖果与假糖果混淆搭配包装，将寿司与生鱼片打包成日本便当，用蛋挞、提拉米苏与蛋卷包装成意大利点心包；一种产品，别样生辉，不再局限在钥匙链、手机链的狭隘范畴，生意门类一下被放到了许多倍，收入自然也就被放大了很多倍。

（摘自《中国加盟网》）



80后创业失败者给我们的启发

狂热、不循规蹈矩、敢作敢为等是80后身上共有的特质，所以很多80后大胆选择创业。走上创业路上的80后不乏有成功者，但失败者居多。造成他们失败的原因在哪里？从部分失败的80后创业者身上，我们能得到哪些启发？

1、不够专注
得益于新经济的兴起，互联网提供了无限的可能。头脑灵活的80后创业者，在饥不择食的情况，很容易陷入跟风的误区。绝大部分倒下的创业者，几乎都犯过这种战略摇摆的错误。web2.0兴起了，他们挂上2.0的标签；sns兴起了，他们套上交友的概念；博客兴盛了，他们立马杀进去；视频崛起了，他们毅然蠢蠢欲动……要知道，成功者大多是寂寞的。创业需要的是专注而不是跟风，大凡有点成就的公司，哪个不是在自己专注的领域坚持下去，最终走向成功的。

2、赌徒心态
创业需要有胆识与胆量，但表现在这些失败的80后创业者身上的，更多的是一种急功近利的赌徒心态而非胆识。不少人以赌徒的心态，把能够忽略到投资者的银子作为终极追求，在此种心态下，企业岂能够做好？

3、名大于实
综合所有倒下的80后创业者和创业项目，其中一个很重要的共同点就是，创始人没有一个踏踏实实的、计划做一辈子事业的心态。在这样一个呼唤英雄和标杆的时代，一个需要题头的时代，刚刚崭露头角的80后创业者，很容易成为媒体乃至政界所关注的新星。但当泡沫破灭，神话主角现出原形时，其脆弱和幼稚却又令人叹息。

（摘自《慧聪网》）

冰激凌店 四招引爆夏日火热销售

盛夏来临，冰激凌店和冷饮店的生意也开始转暖，冷饮店也吸引了一批具有投资眼光的人来加盟，但市场上大大小小的冰激凌店很多，怎样才能把自己的冰激凌店人气做旺，在激烈的市场竞争中脱颖而出就成了一门学问。

要想让你的冰激凌店在夏日里脱颖而出，几种方法值得注意：
1、品牌形象和产品质量是关键
中国人讲究吃喝，并且信奉“好货不便宜”的这种信条，这就需要创业者在选择加盟品牌的时候，选择那些有影响力的成熟品牌，才能让你轻松打

开市场，在开业之初就受到消费者的青睐，为你揽来如潮的客源。

2、地段的选择很重要
当你确定了自己的经营范围和品牌之后，就应该选择一处适合经营的场所，路段的重要作用不容忽视。所以你需要在客流量大的地段选择一个档口，当然，如果你的店面档次较高，就应该有针对性地在你目标客户群体经常出没的地方设店，比如高档小区附近等，要根据自己的定位来选择合适的场所。选好档口对你开店是否成功具有关键作用。

3、口味和种类不能忽视
当万事俱备的时候，更应该把握



好“东风”这道关，只有产品本身才是吸引顾客的根本。这就需要你经营的

冰激凌具有独特的多种口味，这样才能吸引并留住顾客。除了要在冰激凌的口感上下功夫，更应该加强创意，让冰激凌不再是一种简单的食物；要让消费者在购买它之前，它就像一个美丽的艺术品摆在显眼处供人欣赏，这样自然而然能激起消费者的购买欲望。

4、要重视服务质量
在经营过程中，服务质量也应该受到重视，只有店面整洁、清凉、干净，再加上服务人员主动、热情地跟过往行人打招呼，这样才能吸引行人进店消费并增加你的顾客回头率。

（摘自《无限商机》）

赚钱：不怕本钱小 就怕没技巧

本钱小照样也能赚钱发财，关键是要善于捕捉热点并从中发现蕴藏的商机，再用技巧来打开你的财富之门。

第一，依托一个成熟的行业，行业需要足够大。
因为行业大，做细分市场才能够有钱可赚；因为行业成熟度高，利用现成消费群，才可以省去开拓新市场的费用和唤醒消费者的麻烦。

第二，专注支流业务，不做主流业务。
所谓锦上添花，指的就是满足消费者在主流需求得到满足之后的衍生需求。比如手机，消费者购买手机的主要目的是为了通讯，为了随时随地方便地与他人沟通。所以，强大的通讯功能和畅通的通讯服务是消费者在消费手机这项产品和服务时的首要和主要诉求。手机好不好看，只是消费者的衍生需求，根本不影响手机的性能；通讯是否

畅通，也不是由手机好不好看决定的。这两项是手机产业的主流业务，要满足消费者的这两项需求，做好这两项业务，需要巨大的投入，中小投资者根本无力承担。所以，对于中小投资者来说，选择在细分市场做支流业务，专注消费者的个性化需求才是明智之举。

第三，仅仅满足一部分人，而不是满足所有人的需求。

拿手机来说，目前国内的手机消费者已达8亿，想要满足所有8亿消费者的愿望是愚蠢的，也是不可能的。所以，你只能满足他们中间一部分人，经常可能只是一小部分人的需求。但是因为市场规模够大，即使只是满足他们中间一小部分人的需求，也足够中小投资者吃饱。

第四，服务要到位。
衍生需求，换句话说，就是可有可无的需求。有则更好，没有对消费者也不会造成什么损失。因为如此，此类需



求大多数时候是属于精神层面的需求，对从业者提供的服务往往有着超高的

要求，这是需要投资者格外注意的。

这一类的行业目前还有很多，比如互联网热潮兴起后的周边衍生业务、教育热潮兴起后的周边衍生业务、汽车热潮兴起后的周边衍生业务。又比如彩屏手机兴起后，随即衍生出一个彩铃的“小”业务。北京创业者肖乐就是靠自己的专业彩铃制作公司——乐乐声工厂，在一年多时间内就赚了500多万元。如果你能将此类衍生业务与其他行业的业务有机地结合起来，赚的钱会更多。如杭州的创业者吴彬就是将手机短信与体彩、福彩结合起来，创造了一个手机短信、网络即时通讯彩票分析和彩友交流的新市场。吴彬的杭州彩通网络技术有限公司目前生意红火，关键是目前为止，几年来他一直在做独门买卖。

此类衍生业务需要投入的往往很少，操作简便，市场成熟，市场规模颇为可观，应该成为中小投资者和创业者的项目首选。

（摘自《世界创业实验室》）

五大因素致饰品店倒闭

大部分创业者首次创业会选择投资较小的项目，其中饰品项目就备受追捧。但我们常常看到一个现象，饰品店开张没多久就迅速关门歇业。原因何在？其实造成饰品店关闭的重要因素就是后期管理缺乏。

1、商品不足，严重缺货
货架下面空荡荡，有的甚至出现5—6排都是空的。这种情况，主要出现在一些刚入行的加盟商，急于收回投资，不愿补货；当店面出现这种情况，让客人感觉这个店要转手关门了，“店要是关了，我买的東西坏了怎么办”，所以没有客人敢于购买高档饰品。高档饰品，要在开店一个月后，销售量才会真正有所动静，所以首先要保证你的货品齐全，吸引

顾客来你的店走动，然后试着买一些中低端饰品，取得顾客的信任后，下一步才会购买你店中的高档饰品。

2、慢速饰品驱逐快速饰品
有些饰品店，看起来货很足，也很丰富，但是由一个细心专业的人来看的话，就会发现你的店内快速消费饰品不足，慢速消费饰品很多，甚至慢速饰品占了快速饰品的位置。其实这也是一种隐性缺货。比如有些饰品店，一般饰品的单价在20—30元之间，这种价位的饰品就是属于快速消费品。一旦一个饰品店的商品群里20—30元的饰品很少甚至没有时，这就说明这个饰品店属于非常典型的隐性缺货。

3、大单管理情惰
一个饰品店如不注重大单管理，即

便开业火爆后，业绩也会持续下降。比如阿呀呀饰品店，第二个月的业绩是第一个月的一半，就是因为它没有大单管理。

4、人气商品缺乏
一部分商品带人气，一部分商品带财气，这是饰品店运作规律，两者缺一不可。我们在提高商品单价的同时，也不要忘了还是要有一些人气的商品来做支撑的。一般来说，10元以下的饰品主要用于做人气，20—30元的饰品用来做销量，50元以上的饰品用来做财气。

5、店面“场”不足
任何物体都有自己的“场”，科学家证明，地球围绕太阳旋转，当太阳突然消失，地球还会在围绕太阳原所在地旋

转8分钟后才会离去，这就是说太阳虽消失，但它的场还存在8分钟，地球是围绕太阳的“场”在旋转，而不是围绕太阳在旋转。也就是说即使你的店搬走了十来天，还是有一些顾客会到你的店原“所在地”来“购买”饰品的。可是现实中却有一些店即便没有搬走，顾客路过的时候却很少进入，这是为何？这就是你的店“场”不足造成的！

如何增加一个店的“场”？音乐、灯光、盘发服务、贵宾卡，等等，这些东西能增加店面的“场”；值得注意的是，“场”是连续的，不能间断的，如间断后，重建“场”，等于又要重新开始。所以说音乐不能停，灯光不能关，盘发要坚持，贵宾卡也要一直发。

（摘自《青年创业网》）

开店后如何打折促销

在创业开店的过程中，促销打折是避免不了的促销方式，如何利用好呢？可以考虑如下策略：

1、范围策略
即确定哪些商品打折，在此前要明确为什么要对这些商品打折；考察是否符合打折的，这一点很关键。比如，现在新品是否要打折，首先考虑到新产品的区域性，如非常艳丽的四件套，在某地区并不受欢迎，即便有比较大的优惠，未必能动销，因此因地制宜，因时制宜。考虑好这些因素后，确定在哪里打折，打下来会不会有效果，等等。

2、程度策略
即确定打折的程度，让利的幅度，既能吸引顾客，又不丧失利润。一般而言，现在的产品，在很多专卖店都是非正价销售，一般情况下销售价都在9折—9.5折之间。在促销期间为了拉动销售，必须考虑哪些是人气产品，然后用人气产品打折的方式去吸引顾客。总体而言，促销期间高于8折，效果并不是很好，但为了考虑自身的利润，总体折扣控制在7折—7.8折比较适合。当然，对积压了一年半载的产品，为了回笼资金，可以把折扣降到成本价。

3、时机策略
即决定在什么时候打折最为合适。现在很多经销商都是选择五一、十一、元旦、春节这些结婚和乔迁高峰期进行，但是当所有净销售都在这么做时，对你而言，你的打折效果就会大打折扣。这个时候就需要经销商来制造一些特殊事件和新闻来进行打折，或者在淡季进行清仓大酬宾活动来吸引消费者上门。

4、期间策略
即打折应持续的时间阶段，并不是越长越好，这一点也尤为关键。打折周期太长，反而降低了消费者立即购买的决心，控制在10—15天是比较合适的。这个时间段需要考虑到消费者知道折扣优惠的信息，到他来购买产品的采购周期，当然还可以提前告知消费者，若前五日来购买产品的，可以享受特别优惠等。

5、频率策略
即一年内打折发生的次数。以床品为例，一般而言，购买床品的消费者，一年来你店铺的次数为1—2次，所以适时地搜集客户的通信方式，适时地对客户问寒问暖，可以增加客户到访的次数，即便不买也有可能来店铺看看新品等等，或者激发起客户向其他消费者推荐的热情。研究表明，由亲友及其他熟悉的人向潜在顾客推销产品，影响力指数高达80%，成交率要高3—5倍。

6、方式策略
即应采取什么方式打折。这一点很多企业 and 经销商往往忽视了，因为单纯的价格折扣，并不能增加消费者购买产品的动机和频次。因此，调整打折的方式，刺激消费成为经销商的关键。当然，所有促销活动要与客户关系管理相结合，通过对顾客让利，加强与顾客之间的感情，进而培养顾客的忠诚度。

（摘自《商界财经网》）

