

门店选址攻略

主讲：吕江

【课程前言】

“第一是选址，第二是选址，第三还是选址！”对于零售业而言，选址的重要性再怎么强调也部过分。为什么同一品牌的专卖店在同样的城市中也会出现：“有的门店生意兴隆，而有的门店门惨淡经营？”----原因可能是他们对“商圈”的选择不同。为什么有的竞争门店都在一条街面上，甚至面对面，经营品种差不多，服务水平也不分上下，但一般是人头涌涌，另一边却是门可罗雀，原因到底在哪里？---原因可能是他们的“立地”条件不一样。商圈和立地的选择是连锁店的最根本问题。

【课程收益】

- 一、 学到连锁店的模式及目标市场定位
- 二、 门店商圈和立地的选择标准和具体的方法
- 三、 门店谈判技巧

【培训方式】

互动演练，学员代表实操模拟训练（理论讲授 30% + 实操训练 35% + 案例讨论 25%+10%现场答疑）

【课程时间】

2天(6小时/天)

【课程大纲】

第一讲、了解商圈

一、终端店面选址十大误区

1. 不顾形象，徒求销量
2. 迷信黄金地段
3. 盲目进入竞争饱和区
4. 偏离行业商圈定位
5. 迷惑于客流量的表象
6. 缺乏借势意识
7. 广告空间考虑不足
8. 低估消费购买惯性
9. 忽视顾客消费便利性
10. 不考察商业环境的未来变迁

二、商圈设定方法

- 1、单核
- 2、多核
- 3、主商圈
- 4、次商圈

三、商圈调查的内容和流程

- 1、顾客满意度研究
- 2、购买行为研究
- 3、商业投资环境评价
- 4、商圈街区购买力研究

5、顾客地理信息系统

四、商圈调查结果分析

1、商圈调查表

案例：知名便利店品牌的商圈分享

第二讲、商圈的立地调查

一、调查目的

二、调查方法

三、选址考虑的主要因素

案例：三角窗位置门店对比，多种转角位置对比，上下班线路对比等

四、选址原则

案例：某专卖店的选址策略

学员演练：写出自己门店的选址策略

第三讲、门店选址技巧

一、选址 6M 模型的主要步骤和方法

1、商业模式选型及经验总结

2、建立选址理论模型

3、确定要素指标及权重

4、基于 WHAT - IF 验证及指标调整

5、形成选址手册及审核制度

6、流程执行及选址数据库完善

二、店铺选址五要素

1. 明确你的经营方向
2. 测定客流量
3. 考虑同类竞争关系
4. 运输与仓储
5. 安全问题

三、三步选定门店位置

第一步：开店地区选择，市场区域分析

第二步：交易区域选择，商圈分析

第三步：地点|商店的具体位置分析

四、连锁店的投资计划与评估

- 1、投资成本费用
- 2、投资收益估计
- 3、投资决策指标及投资原则

五、选址的注意事项

- 1、要根据自己店铺的经营定位进行选址
- 2、要尽量避免在受交通管制的街道选址，店铺前要有适合停放车辆的位置
- 3、要选择居民聚集、集中的地区，不要在市民较少和居民增长较慢的地区开店
- 4、要事先了解店铺近期是否有被拆迁的可能，房屋是否存在产权上的纠纷或

其它问题

5、要注意店铺所在街道的特点和街道客流的方向与分类

6、要选择同类店铺比较聚集的街区，或者选择适合自己店铺的专业市场

第四讲、谈判前的准备

一、确定谈判的目标

1、明确谈判的目的

2、理解为何需要这么做

3、如果没有实现自己的目标怎么办

4、知道自己首要考虑的事

5、明确自己不能接受的事

6、明确自己的谈判界线

7、为自己设定谈判的顶线目标、现实目标、底线目标

二、赢得谈判的秘笈：准备、再准备

三、确定谈判时间与地点

四、谈判前的心理准备、

五、给顾客一个好的“包装”

六、收集与客户有关的信息

七、制定谈判计划

研讨：谈判前要做哪些准备工作？

第五讲、有所不为：避免与客户谈判中的禁忌与误区

- 一、语言禁忌
- 二、服饰禁忌
- 三、谈判心理禁忌
- 四、不要轻易亮出自己的底牌
- 五、防止“多米诺骨牌”式的让步
- 六、避免谈判陷入无意义的争执
- 七、谈判话题禁忌
- 八、与不同类型客户谈判的禁忌
- 九、谈判进程中的禁忌

第六讲、掌握谈判开局的主动权：抓住与客户谈判的先机

- 一、轻松入题
- 二、握手与名片使用技巧
- 三、化解对方的疑虑和戒备
- 四、营造良好的谈判气氛
- 五、三种开局技巧
- 六、从客户关心的话题开始，学会吊对方胃口
- 七、观察不同客户性格和心理特征
- 八、先投石问路，再步步为营

第七讲、奇正之道：合理运用谈判战术

- 一、让问题快速得到回答
- 二、应对客户的反对意见

三、拒绝有道

四、迂回绕道技巧

五、学会以柔克刚

六、打破僵局的方法

七、声东击西

八、软硬兼施

九、缓兵之计

十、以理服人