

学会如何在小区开服装店 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/281/2021_2022__E5_AD_A6_E4_BC_9A_E5_A6_82_E4_c123_281876.htm 学会如何在小区开服装店 在小区开店碰到的最大困难是顾客太少，但元鸿这样安慰自己：如果我能在小区这样的地方开店，那在任何一个地方开店都会很轻松。 经营提示 小区店和外面的店铺不一样，白天上班基本没什么客人，晚上5点半到10点半是个高峰期，按一周来说，周一生意最淡，周三、周四比较好。服装销售的季节性很强，冬季和春季卖得好，秋季次之，夏季最差，像7、8月份就是淡季，这时候，小店的销售主要以书和碟片为主。在定价上要把握好顾客的心理，同样一件东西，如果在商场，顾客觉得掏钱买的是品牌，而在小店就不愿意花这个钱，所以，即使是经过再加工的衣服，在这里仍然是原价出售，为的是让顾客觉得值，在消费心理上感觉平衡。每到换季的临界点都是销售高峰，再结合小区大部分住户都是女性的特点，女孩子是冲动型消费，每到发工资的那几天，小店的生意明显感觉比较好。培养老顾客至关重要，蝶庄现在的销售中老顾客占2/3的比例，一个老顾客一个月的消费金额大概在1000多元。姜元鸿的店开在东四环外的炫特区里面，当初买下这套房就是为了开店。小店布置得温馨怡人，元鸿说当初为装修可没少花心思，不但自己设计，连壁纸都是自己亲手贴的，窗边的珠帘是她和男朋友到批发市场买来珠子，然后用渔线一颗颗串起来。她把这个大一居一分为二，外间摆放书籍、碟片等，里间是服装，在外间进门处有一张原木色的大桌子，桌上摆了不少杂志，既可以做收银，顾

客来了也可以坐在这里喝茶看书，就像现在，我们俩坐在高高的椅子上，泡一壶花草茶，听她把自己的故事娓娓道来。为自己开家店元鸿有正式职业，在大学里教国际贸易，开店是副业。“我和男友都比较喜欢读书，经常去买书，就想开家书店，后来看上这套房子，觉得位置不错，很适合开店。”一开始，元鸿在经营项目上并不确定，碰巧有好朋友经常带团到尼泊尔旅游，可以帮她捎东西，于是，就把尼泊尔和印度服装作为自己的主打，但因为这个小区的女孩子比较时尚，慢慢又增加了一些中式服装，或者把现代服装加上自己的手工，还有书和碟片，后来又增加了一些画和装饰品。元鸿给小店取名“蝶庄”，缘自“庄子梦蝶”。元鸿和男朋友投资了10万元，装修花了2万5，剩下的钱都用来进货。此前，元鸿从没有开过店，她做的最坏打算是“只要不赔，给自己留个静静看书的地方”。去年12月12日，小店开张了，她们没做什么宣传，有的人会往住户门里塞传单，但元鸿反感这种方式，“很多人是半年后才知道我们的，还以为这是家美容店呢。”尽管没怎么声张，但开业一周就势头不错，10天的流水突破6000元，平均每天600元。元鸿算过一笔账，像她这个店，流水在250到300元之间达到盈亏平衡，多了就是赚了，今年3月份曾经达到一个高峰，日流水将近800到1000元，平均下来，每天流水大概在300到400元，淡季为200元。对于收支，元鸿有自己的“二八”原则，比如说，如果挣了100元钱，她会吧不超过80元滚动进去，留下20元，这80元再滚出100元来，再留出20元，其余的再滚进去，这样，一部分滚成货，另一部分变成少量的积蓄，以备需要，比如到秋天要进一些皮草，投资比较大，就需要动用积蓄。精打细算

对小店来说很有必要，否则吃了上顿不管下顿，难免有一天会坐吃山空，元鸿说，在小区里开店需要有点经济基础，否则资金周转上会出现问题。越特色越好卖“小区店的目标顾客就是小区的业主，像我们这个小区，以年轻人为主，平均年龄为30岁，而且80%的住户是女性，大都是收入在3000元到6000元的白领，也有一些演员和模特。年轻人的特点，就是喜欢有个性的东西，跟别人不一样的东西，在这里，越特色的东西越好卖。”一开始，店里全都是尼泊尔服装和中式服装，卖得不好，元鸿意识到，如果没有现代服装，将很难吸引年轻人，“我们力求有所不同，即使是和市场上看起来外表差不多的东西，我们也会加上自己的创意和手工，甚至有时候，顾客会把自己在外面买的衣服拿过来，我们再帮她做个简单的加工。”去年，她们自己设计、手工缝制了几件外套，可以两面穿，里面是用油画绘制的，价格虽然不便宜但卖得很好。元鸿有7个好朋友，大家职业虽然不同，但对服装有共同的兴趣爱好，而且各有所长，有的会剪裁，有的是学油画的，像元鸿擅长画图、做亮片，大家不定期地聚在一起，翻翻国外最新的时装杂志，从中寻找灵感，有时也动手做上几件。现在，店里的货，除了尼泊尔和印度那边最新季的东西，还有她们原创的，也有一些再创造的，不管是什么，都是越有个性的越好卖。虽然现在小区里又开了4、5家服装店，但风格和蝶庄完全不同，都是买成批量的东西，元鸿说自己肯定不会走大批量的路子，会坚持自己的个性，“如果走批量的话，我们竞争不过商场，每回商场搞活动，对我们都有冲击，因为小区里面的人，消费是一定的。”所以，逢节庆的时候，她们也会搞一些适度促销，但不会像商场

那样大甩卖。闲暇时，元鸿爱到周围的大商场去转转，一方面是进一些商场没有的东西，另一方面就是关心价格，“如果是和商场一模一样的东西，我的价格一定要比商场低，千万不能你也有我也有而我的比别人价格高，像尼泊尔、印度等别人没有的服装，在定价上我们会稍高一点。”元鸿已经注册了“蝶庄”的商标，未来想把“蝶庄”做成一个私家衣橱，从上衣到裤子再到鞋、包以及首饰的搭配等，下一步还会进口一套软件，在电脑上给顾客做一些形象设计，做色彩搭配工作室。沟通至关重要元鸿说，跟小区的顾客交流和外面的店铺不同，更多的时候像朋友，有时候，顾客想送男朋友一个自己亲手做的贺卡，就下楼来我教她做，昨天一位顾客还给我打电话，说在商场买了条裙子，要我给她配条腰带。“我们跟很多老顾客都非常熟，经常会有老顾客坐在这里聊天，她们也会给我一些建议，所以我觉得与其说这是一家店，不如说更像是一个小会所，一个窗口，卖东西倒在其次了。”这个“窗口”也给元鸿带来意外的惊喜。去年，她们为联通做的一个鸡年的皮影就是顾客牵的线。原来，顾客到店里看到她们摆着的皮影，就问她们能不能做皮影，她们就和陕西的厂家联系，把图样传过去再让联通这边确认，最后做了450个皮影。元鸿很希望通过这个窗口带来一些其他机会，好让她们能向其他方面延伸。开业至今，她们已经培养了120多名会员，这些老顾客都很忠诚，有时候来新货了，元鸿会发短信通知她们，“我没有太多的时间经常在这里，但我在的时候销售会更好一些，可见沟通对这家店来说多么重要。”元鸿坦言，在小区开店碰到的最大困难是顾客太少，但她这样安慰自己：如果能在小区这样的地方开店，那在任

何一个地方开店都会很轻松。“我自己的心理防线很坚固，店里有过零销售的时候，我会告诉自己：没关系，这很正常，如果要想挣钱或是心态不好的话，别选择在小区开店，那样你会很失落。” 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com