

项目三 连锁门店开业筹划

课程名称	连锁企业门店管理实务			讲课 题目	项目三 连锁门店开业筹划		
讲课教师	梁长来	教学 对象	专科	课时	14	日期	

一、教材：《连锁企业门店管理实务》，课程组自编教材

二、教学目的：

通过本项目的教学，使学生抵达如下目的：

1. 知识点：理解连锁门店开业流程；掌握开业筹划基本技法；理解掌握连锁门店开业宣传、试营业、庆典以及促销的作用。
2. 技能点：可以筹划连锁门店开业广告；可以筹划连锁门店开业式营销方案；可以筹划连锁门店开业庆典；可以筹划连锁门店开业促销方案。

三、教学重点和难点：

1. 开业广告筹划
2. 开业庆典筹划
3. 开业促销筹划

四、教学手段：

课堂讲授、课堂讨论、调查研究、案例分析、网络辅助

多媒体教学：有文字、图片、音像等；

启发式教学措施：课堂提问，引导学生思索；师生互动，让学生参与课堂教学。

五、讲课内容：

项目三 连锁门店开业筹划

开业筹划基本技法

筹划指人们为了抵达某种特定的目的，借助一定的科学措施和艺术，为决策、计划而构思、设计、制作筹划方案的过程。筹划需要借助于筹划人的发明性思维来完毕。筹划的基本技法讲究“创新、求异、用奇、运势、择术”。

在门店开业筹划中，必须综合运用“创新、求异、用奇、运势、择术”五种基本技法。

“创新”的本质是突破，即突破旧的思维定势和旧的常规戒律。创新需要发明思维。发明思维的来源包括相似联想、发散思维、逆向思维、侧向思维和动态思维。在借鉴诸多成功开业案例的基础上，连锁门店开业要突破常用模式和开业活动，发明新奇模式吸引顾客参与和支持门店开业。“求异”思维重在开阔学生思绪，启发学生联想，在多种开业方案的比较中，选择富有发明性的异乎寻常的新构思。开业方案要与众不同，标新立异，以“差异化”增强顾客对门店开业印象。“用奇”是指军事上运用出人意料的方略。“兵固诡道，胜在用奇”，门店开业筹划愈加重视用奇，以奇制胜，以奇吸引顾客。“运势”是指为连锁门店开业造势、蓄势，或者借助于焦点舆论或焦点事件之势，为门店开业营造气氛，制造声势。“择术”即选择开业方略。门店开业不能只用平常之术，而应选用新术、异术和奇术，以新、奇、异之方略推进门店开业工作。

任务一 连锁门店开业广告宣传

营业方针的设定，并配合营业详细方略，在开业前所展开的一切宣传有关活动。广告活动的内容包括开业日期、宣传主题、宣传口号、广告控制四个环节。

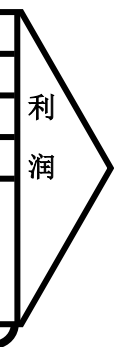
方面的内容。市场分析是连锁门店开业的前提和基础，有助于门店明确自身定位，寻找有别于竞争对手的广告诉求和竞争方略。门店资源分析两个方面。

威胁。连锁门店要在广告诉求中要趋利避害，充足运用市场机会和规避市场威胁。技术（Technology）原因、宏观社会（Society）原因和生态（Ecology）原因等几种方面。这些宏观环境对所有的零售企业都是一致的。宏观

者以及既有竞争者的关系。上游行业与顾客群体的讨价还价能力会威胁到连锁零售业的竞争能力，新进入者以及既有竞争者也会威

购
置
者
威
胁

面临的详细环境，包括详细的供应商、顾客、竞争对手、合作伙伴与小区等多方面原因。详细的微观环境会影响到单个门店的竞争力。门店在资源上体现出来的优势和劣势，发目前资源使用上的需要进行调整。连锁门店的资源清单至少应包括如下几种方面：① 门店与外部环境关系；⑥ 门店服务能力。通过连锁门店资源分析，可以发现门店的优势与劣势，发现自己的竞争力与竞争力的来源。连锁门店的优势与劣势，不停对劣势环节和资源进行优化整合，可以不停增强门店的竞争力。



费态势分析、既有消费者分析、潜在消费者分析。包括分析既有的消费时尚、多种消费者光顾门店的需求分析等几种方面。连锁门店只有把握住消费时尚、把握住消费者光顾门店的

消费者的总量、年龄、职业、收入和受教育程度，理解消费群体的构成可以使门店更好地认识消费群体，更好地把握消费者消费的期望与定位。

扩大销售，怎样将潜在消费者转化为现实消费者是门店的关键所在。想要将潜在消费者转化为现实消费者，务必先要把握潜在消费者

连锁门店的服务优势。

服务的哪些性能还不能满足消费者需求？

服务的质量可以继续保持吗？④服务的质量可以继续提高吗？

服务的价格怎样？③消费者对服务价格的认知怎样？

服务的优势？又有哪些局限性？③本店的服务价格有哪些优势？又有哪些局限性？④在消费者的认知和购置上有哪些优势？又有哪些

劣势；④竞争对手的方略。

方略和效果分析等几种方面。

的特性怎样？③有哪些合理之处？④有哪些不合理之处？

②广告创意怎样？有什么优势？有什么局限性？

②广告公布频率怎样？有什么优势？有什么局限性？

广告在直接促销方面有什么效果？⑤广告在其他方面有什么效果？⑥

方略等几种方面。

企业最有价值的细分市场。

务定位方略的分析与评价、服务定位方略。

分析与评价包括：①以往的服务定位；②定位效果；③对以往定位的评价。

①进行新服务定位的必要性；②对服务定位的表述；③新定位的根据与优势。

诉求对象、诉求重点和诉求措施。

包括：①诉求对象的表述；②诉求对象特性与需求。

包括：①对诉求对象需求的分析；②对所有广告信息的分析；③广告诉求重点的表述。

分析包括：①广告诉求措施的表述；②广告诉求措施的根据。

主题方略、广告创意方略和广告体现的其他内容。

包括：①对广告主题的表述；②广告主题的根据。

包括：①广告创意的关键内容；②广告创意的阐明。

包括：①广告体现的风格；②多种媒介广告的体现；③广告体现的材质。

媒介方略的总体表述；②媒介的地区；③媒介的类型；④媒介的选择；⑤媒介组合方略；⑥广告公布时机方略；⑦广告公布频率方略。

详细表述及其实行方案设计。广告计划包括广告目的、广告时间、广告的目的市场、广告的诉求对象、广告的诉求重点、广告体现的媒介、广告体现的形式、广告体现的地点、广告体现的时间、广告体现的费用、广告体现的考核。

过广告宣传所抵达的主线目的。目的是广告宣传活动的出线出发点与落脚点。

为市场的开始时间；②广告活动的结束时间；③广告活动的持续时间。

，才能防止与市场领导者或挑战者的剧烈竞争。细分市场也是企业的定位主线。

锁门店的既有顾客和潜在顾客，首先要提高既有顾客的购置额和服务满意度，另首先要将潜在顾客转化为现实顾客。

顾客群体的重要需求来开展，通过重点诉求来影响和变化顾客行为，增强顾客的满意度，提高顾客购置行为。

主题；②广告创意；③各媒介的广告体现；④各媒介广告的规格；⑤各媒介广告的制作规定。

告公布的媒介；②各媒介的广告规格；③广告媒介公布的排期表。

下工作：①广告筹划创意费用；②广告设计费用；③广告制作费用；④广告媒介费用；⑤其他活动所需费用；⑥机动费用；⑦费用。

预测和监控。

广告主题测试；②广告创意测试；③广告文案测试；④广告作品测试。

广告媒介公布监控；②广告效果的测定。

此吸引目的顾客群体关注门店开业信息；②在广告播放时间选择上，一定要选择目的顾客群体接触到媒体的时间段上播放，增强播

控制、事中控制和事后控制。在广告筹划阶段的方案控制属于事先控制；在广告方案实行阶段实行的同步控制是事中控制；在广告

的繁简做弹性的调整与运用。整个开店宣传，就是针对人力、物力、财力诸项工作做有效的组合与运用，以求最佳效果的展现，塑

酒吧开业广告筹划书

生活质量。在一天忙碌的工作之后，酒吧便成为一种休闲、放松、娱乐、会友的好去处。泡吧不失为夜生活的首选：良风习习的夜

化来说，可形成酒吧一条街等商业人文特色景观；于泡吧一族来说，可以便的找到休闲好去处；但于商家来说既有处在商业圈的地

们是泡吧中狂热的一份子，要high出激情，high出状态，简朴一句话，要的就是high!

音乐，或欢声笑语，或侃侃而谈，或轻声耳语，他们绝不容许他人的打扰。

酒吧良好的社会形象……

奠定良好的基础。

商业街，高档住宅区，针对性的人群和车辆进行发放宣传。

阶层和政界的某些人员。

某些不干胶海报。

大型POP放入广告位中。再加入企业的某些精简的宣传广告语。

有音响设备的某些高档服装店等等) 后期可赠送来酒吧的消费客人。

俱乐部的形式或者与发放VIP卡的形式锁定这一部分客源，必为利客满酒吧源源不停的客流提供基础。因此，必须要有整体的一套宣

利客满酒吧的气势和“引领杭城酒吧”的风范，户外路牌广告必须在延安路和庆春路的重要路段，不能小气，以大广告，豪气为首

改。
举行的活动，由此抵达宣传的效果。

关利客满的企业文化，提高利客满形象

任务二 连锁门店开业试营业

试营业可以分析出：重要目的顾客群体是哪些；所售物品与否受顾客欢迎；服务水平怎样；营业时间长短怎样，等等。试营业期间规定。由于，在我国现行法律法规中并没有设定“试营业”这一概念，只要经营者发生经营行为，就必须符合法律的规定，获得亲身体验、享有便利服务。在某种程度上来说，试营业更像一种检测仪，通过消费者的反响检测出了诸多有待改善和完善的地方。

式营业方案制定。

面。

门店服务水平；⑤合理的营业时间。

故而试营业时间则要选择开业时间之前。有些店铺的试营业也会选择在重大节假日或纪念日。

仍旧是促销，激发顾客的购置行为。主题活动的设计必须具有新奇性和吸引力，这样才能吊起顾客胃口，激发顾客参与的积极性。

方案那样规模宏大，但也要针对潜在顾客的特点来开展。宣传方案的设计可参照开业广告宣传方案的筹划。

专门的现场管理方案。现场管理包括场景布置、突发事件管理、现场控制等内容。突发事件管理是通过制定预案的方式来实现的。

原则包括：目的性评估、技术性评估和经济性评估。目的性评估是指试营业方案能否抵达试营业目的；技术性评估是指试营业方案

店员工的配置问题，主题活动现场怎样布置，怎样对试营业期间进行现场控制，怎样实地处置突发事件，这些都是现场管理的重要
试营业方案实行阶段的中心工作之一。

为制定正试营业方案提供经验积累和借鉴。

试营业活动营销方案

顾客：XX流行广场试营业了，尽量影响

并配合圣诞节，元旦等有关互动形成预热，为正式开业打下基础。

的购置欲，提高销售额。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容

。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/885>

[032013003011230](https://d.book118.com/885032013003011230)