



6个篇章：

战略模式篇，解决为什么要做招商，以及招商规划、模式设计的问题。

单店模型篇，快速复制的标准化梳理，为加盟商提供的一套盈利模式。

加盟商画像篇，明确企业到底需要什么样的加盟商，他们在哪里，如何推广。

招商流程篇，梳理一对一的招商流程，以及招商会的流程。

招商会举办篇，招商会如何成功的举办，如何做项目包装等

招商工具篇，梳理出一套招商需要的工具，例如招商手册，招商PPT等

连锁经营全程解决方案系列：

[特许经营系列：第一章《特许经营体系设计概述》PPT](#)

[特许经营系列：第二章《特许经营体系发展规划》PPT](#)

[特许经营系列：第三章《特许经营单店系统设计》PPT](#)

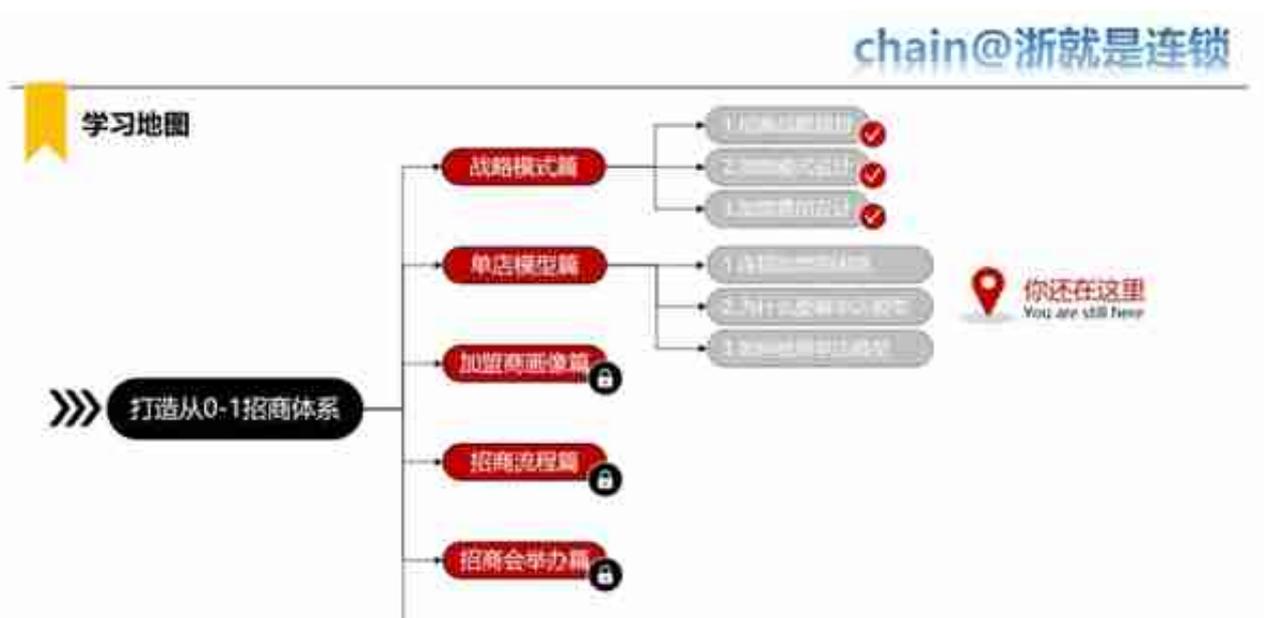
[特许经营系列：第四章《特许经营总部设计》PPT](#)

[特许经营系列：第五章《特许经营推广策划》PPT](#)

[连锁招商系列：第一章《战略模式篇》](#)

.....

现在我们来分享第二个篇章——单店模型篇：



先思考：世界上是先有蛋还是先有鸡？

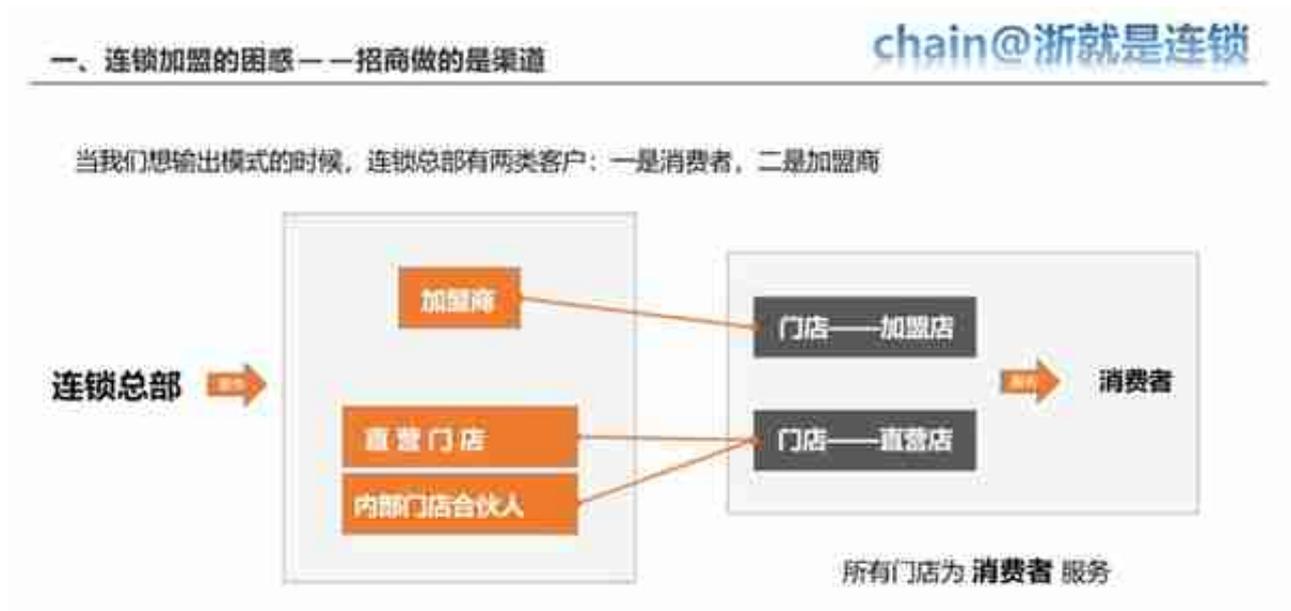
现在还有人在不停辩论到底先有鸡还是先有蛋，今天我们不是讨论这个，换个问题，针对企业：

在企业当中，是先有赢利模式再开店，还是先开店再有赢利模式？

01 连锁加盟的困惑?

头条 @浙就是连锁

招商两大认知：



当我们想输出成功模式的时候，总部就有两类客户群体了，一是消费者，二是加盟商。总部为合伙人/加盟商赋能，而所有的门店为消费者服务。



①技术培训型

总部的职能是：给加盟商培训技术。

总部的盈利点为培训费，例如我们常见的沙县小吃，培训产品和技术，然后你们自己开店。

②开店型

总部的职能是：统一的形象装修和VI设计，然后技术培训。

总部的盈利点在于培训费 + 装修 + 设备，例如我们常见的一般加盟网里的项目。

③供货型

总部的职能是：技术培训，vi形象以及统一选址和开店。

总部的盈利点在于供应链 + 产品 + 模式，例如现在目前比较规范的品牌连锁。

④管理型

总部的职能：就是前三者都具备，而且额外提供日常运营管理以及协助门店提升盈利水平，外加督导。

总部的盈利点在于供应链和产品模式，金融资本和房产。

典型的案例有肯德基和麦当劳。

所以总部的职能设计非常关键，因为它能改变你企业的盈利结构，如果总部只是单纯的输出技术培训，那就是只能赚培训费的钱。

如果总部是提供统一装修和技术培训，那就是赚产品 + 开店的钱。

如果总部职能帮加盟商选址、装修、开店，慢慢就会赚品牌溢价的钱。

如果总部既能提供选址、装修、开店，还提供日常的运营管理，那盈利方式就完全不一样了。

一、连锁加盟的困惑——单店模型定义



 单店模型定义

提炼出一套可复制的单店盈利模式，或定义你的单店盈利路径。

单店模型 = 店铺说明书

二、为什么要做单店模型？

梳理单店模型的目的

打造“1”，复制“N”

通俗易懂点：

如月饼的制作，一个月饼模具，大量复制制作

同时单店盈利的梳理，也是给加盟商一个选择你的理由。



梳理单店模型有两个原因，一是打造“1”，复制“N”，通俗点例如，工厂做月饼，一个月饼模具，通过机器就可以大量复制和制作了。这个模具就是我们连锁企业快速复制的“单店模型”。

二是，单店模型的梳理，就是为了给加盟商一个选择你的理由。

三、单店模型的组成

chain@浙就是连锁

思维的转变

总部的两种产品	客户	产品
第一种	消费者	产品与服务
第二种	加盟商	可盈利可复制的门店

如何梳理一套可盈利可复制的赚钱模式给加盟商？

首先我们要转变思维，总部有两种产品，一种是实体产品，供给消费者。

现在我们要把可盈利可复制的门店当做“产品”卖给加盟商。

所以这个产品我们要设计好，我们经常关注终端消费者他们有什么需求。

那么同样的加盟商投资一个项目他会思考什么？

我们不仅给加盟商产品卖，而是换一个思维，卖一个赚钱的门店，卖一个赚钱的商机。

那这样我们就明白了，单店模型是根据谁的需求制作？

三、单店模型的组成

chain@浙就是连锁

单店模型

打造“1”，复制“N”

组成要素	具体详情	需要梳理手册
开店系统	统一选址	《选址手册》
	统一装修	《建设手册》
	统一开店	《开店手册》
门店标准化	人的标准化整理	人员管理手册: 《店长手册》 《导购手册》 《收银手册》
	商品的标准化整理	《商品管理手册》 《仓储手册》 《物流手册》
	物料的标准化整理	《采购手册》 《安全手册》 《卫生手册》
	门店经营	

一、开店系统

我们总部是否可以统一选址，统一装修，统一开业给到加盟商，扶持加盟商。所以总部可以科学地总结出，你的门店成功的要素，然后编写好标准化手册。例如：

《选址手册》

《建店手册》

《开店手册》

二、门店标准化

门店如何管理？应该如何输出一套门店的标准化？我们总结为人、货、场的标准化。

人的标准化，需要梳理出你门店所需要的关键岗位的标准，关键岗位是指门店不可缺少的，例如店长，收银等（不同行业关键岗位不一样）。

从而梳理手册：

《店长手册》

《导购手册》

《收银手册》

其次是货的标准化，包括了商品管理以及物流仓储，从而梳理手册：

《商品管理手册》

《物流手册》

场的标准化又分为陈列，安全卫生手册。

三、投资回报分析

当我们能为加盟商赋能，加盟商对你的产品、模式非常感兴趣。

接下来就需要分析投资回报，投资回报表主要分为三点：

①门店总投资（投多少钱）

②门店利润率（门店利润率是多少）

③门店投资回报周期（什么时候回本）

当我们梳理出整个单店模型的时候，我们才能真正的整店输出，通过可复制，可盈利的标准化，把品牌做强做大。

【温馨提示】

该PPT一共有15页，给您概述了[连锁单店模型篇](#)，[小编](#)为您整理成电子文档。

如果您觉得这份资料对您有帮助，希望获取完整的

[连锁招商系列:第二章《单店模型篇》](#)内容参考学习，请看获取步骤：

第一步：关注浙就是连锁的头条号

第二步：转发文章

第三步：赞赏10元

第四步：私信小编，并备注《单店模型篇》