

店面有效规划

— 进店之后按着逻辑以及设想周到的动线，在货架中移动。通常不向右走。因为右边总是比较拥挤，走动缓慢，所以通常他们一进店就会转到左边。

— 漫不经心地到处走走，通常是进了店门后，即向右边走。

‘目的顾客’通常是顺时针移动，

‘选购顾客’通常是逆时针移动，

了解这种移动方式，对商品布置极为重要。

利润低但回转率快的商品，应当

摆放在门的左边，这个位置能让‘目的顾客’一进门就能方便地取得需要的商品，帮助他们迅速完成销售。

相反，利润高但流转慢的商品应

当摆放在门的右边，这样可以使商品容易被‘选购顾客’看到，增加此类商品的销售可能。

将店铺卖场分割为六个

地区，估算每个地区所占的销售份额，可以看

出入口右边的空间要比左边的空间更有价值。

按实际比例绘制平面图，并按照上图的方法划分出地区，特别注意每一地区可能占的销售百分比。