

《商品陈列与商品管理》

【课程背景】

专业调查表明 70% 的顾客是在店面内决定最终购买何种产品的，让店面的布置活起来促使顾客产生购买，是店面管理人员都应该掌握的技能。尤其在终端竞争和直供管理的大趋势下就更显重要。

【为什么学习本课程】

□ 是什么影响了赢利与扩张？为什么客流量难以提升？为什么成交率难以提升？

缺乏生动化的终端陈列？

消费者的购买行为多为无计划消费——看到产品实物陈列等临时决定购买，生动化可以提高产品的展示效果，激发消费者的购买意愿。

【解决核心问题】

- ▲ 系统地掌握终端陈列视觉营销与顾客心理
- ▲ 店面区域布局与黄金销售区定位
- ▲ 十大生动化陈列创意刺激眼球
- ▲ 主推产品的情景陈列
- ▲ 提升客流量系统分析
- ▲ 提升持续成交率的管理工具
- ▲ 掌握产品盈利分析的方法

【培训对象】

区域经理、营销经理、店长等

【培训方式】

案例分享、视频录象、角色扮演、工具操练、老师点评、现学现用、立竿见影

【培训内容】

第一单元：生动化陈列与顾客心理分析

1. 顾客购买时的心理诉求是什么
2. 生动化陈列给顾客一个进店购买的理由
3. 视觉刺激很大程度上决定购买行为
4. 店面生动化包含的三个方面“陈列、促销员和促销活动”
5. 店面产品陈列的一般规律与顾客认识规律
 - ▲ 顾客的视线流动的规律
 - ▲ 如何延长客流线

第二单元：营造有吸引力的店面形象与购物氛围

1. 终端店面的环境营造
2. 店面外围的形象拉动与视觉引导
3. 终端店面的生动化方式与形式

第三单元：生动化陈列吸引顾客的方法

1. 店面区域布局与黄金销售区定位
2. 店面内外的陈列要素与生动化常用道具分析
3. 店面生动化陈列工作流程
4. 店堂音乐设计、灯光投射及应用
5. 引发顾客购买欲的八大陈列原则
 - ▲ 可获利原则
 - ▲ 陈列点原则

- ▲ 吸引力原则
- ▲ 易见易触原则
- ▲ 商品搭配原则
- ▲ 一目了然原则
- ▲ 色形搭配原则
- ▲ 清洁卫生原则

6. 产品生动化陈列技巧与方法

- ▲ 用创意，活化卖场氛围：
 - 1) 激发创意，刺激眼球，增进客流
 - 2) 三大法宝，美女、动物、小孩，
 - 3) 请美女明星做广告的波导
 - 4) 用动物做形象代表的是摩托罗拉的 189、191
 - 5) **十大生动化创意刺激眼球**
- ▲ 柜台陈列生动化
 - 1) 三尺柜台决定手机最终命运
 - 2) 主推产品情景生动化陈列：
 - 3) 主推产品的定位风格设计陈列情景
 - 🚩 **海洋型情景陈列**
 - 🚩 **沙漠型情景陈列**
 - 🚩 **家庭型情景陈列**
 - 🚩 **浪漫型情景陈列**
 - 🚩 **商务型情景陈列**
- ▲ 几种常见的陈列方法
 - 1) **关联性陈列**
 - 2) **组合性陈列**
 - 3) 价格陈列
 - 4) 品牌陈列
 - 5) 功能陈列
 - 6) 样式陈列
 - 7) 促销陈列

7. 店面内部的视觉引导、语言引导、利益引导、情感引导

第四单元：产品分析与对策

【实战研讨】产品分析与对策实战研讨

1. 第一步：按销售额统计中数据，制作产品分析表
2. 第二步：根据产品分析表，将不同产品分类
3. 第三步：产品分析评价及对策

第五单元：业绩持续提升的系统方法与工具

1. 形成营业额的系统思考：
 - 1) 营业额 = 客流量 X 成交率 X 客单价
2. 业绩分析
 - 1) **客流量的影响因素：商圈、店铺选址、店面形象、陈列、促销 POP、商品组合**
 - 2) 成交率的影响因素：销售流程能力
 - 3) 客单价的影响因素：商品组合、组合销售
3. **成交率提升的金钥匙——“超级销售管理漏斗”**
 - 1) 销售过程分析与控制

- ! 流程设置
- ! 漏斗制作
- 2) 销售业绩持续提升
 - ! 沉淀概率
 - ! 持续提升

【管理案例】超级销售管理漏斗的应用