

1、零售店铺商品陈列 (1-2 天)

培训对象：

销售经理、店长、陈列师、店员

课程目标：

视觉商品策略是现在零售最流行的商品展示手段，不单纯追求漂亮的陈列效果，而是主张通过卖场规划和商品陈列的手法，主动传递品牌理念和商品信息，进而诱发消费者的购物情趣，引导消费倾向，倡导全新的生活模式。通过完美的店铺陈列，不仅能够提升品牌形象、传播企业文化底蕴，更重要的是在改变和提升消费者消费观念的同时，能够给企业带来直接的经济效益。

本课程意在通过对品牌商品深入了解的基础上，借鉴国外卖场的设计经验，通过全面的理论分析和实际案例分享，与相关人员共同讨论展厅设计的具体方案。

1、零售店铺的视觉营销

从卖场到买场的观念转变

VMD 与陈列的本质区别

以顾客为中心的商品陈列

* 分享：纽约百货店的改革

2. 橱窗陈列的主题设计

商品陈列的故事主题

国外品牌的创意故事

日常维护与随时调整

* 思考题：商品陈列正误分析

3、橱窗陈列的构图设计

商品陈列的结构构成

高端品牌的陈列造型

大众品牌的陈列技法

* 分享：商品陈列的案例

4、陈列布局与动线设计

季节商品销售周期变化

确定各组商品的占比

确定商品陈列的数量

* 分享：货架组合排列案例

5、店铺内部的陈列规范

出样商品表情生动化

货架商品的陈列秩序

陈列随销售状况的调整

* 思考题：发现问题及时纠正

6、提升海报的视觉冲击力

广告的品质和风格表现

广告的配色方案

各品牌广告的统一监管

* 演练：广告方案设计