

# 视觉销售

## 【课程背景】

业绩好的门店，陈列就好吗？？？但是陈列好的店铺未必业绩好。其中道道你知道吗？

陈列不是简单的理解好看漂亮，陈列在今天已经成为一门视觉科技和空间科学相结合的专项技术。陈列根本目的：协助提升销售业绩，增加门店的纯利润！美国市场营销学会（AMA）研究表明，人们关注某一个商品的时间通常在于前3秒，在这3秒钟的时间内决定要购买商品，70%是因为产品的视觉表现力。

陈列必须考虑到商品的个性特点和功能、外观、色彩等诸多方面的元素，从品牌文化、空间构成、色彩搭配、款式组合、氛围营造等多方面来考虑，既有艺术性的体现，又有商业化的效果。它涵盖了心理学、美学、视觉艺术和营销学的科学知识，在给人美感和思想愉悦的同时，有效提升销售额。

## 【课程目标】

掌握终端卖场视觉营销的意义,学习陈列技巧，有效提升店铺业绩；  
通过对陈列方法的学习，做出吸引顾客并具有美观与实用的陈列

## 【课程对象】

店长、区域督导、营运经理、陈列主管、陈列经理等与终端陈列有关的人员

## 【课程形式】

知识讲授+实战案例+图片分析+互动讨论+店铺学员实操+作业现场点评+工具表格

## 【培训特色】

互动式教学: 讨论、案例分析与互动，提高学员的实操性，理论与实践相结合

特训营形式: 连续1天集中授课，短期封闭强化训练，确保培训效果

沙盘模拟: 现场进行案例的实操演练，有效提高学员实际的操作技能

## 【培训课时】

2天，(6小时/天)

## 【课程内容】

### 第一章：陈列构思

讨论：陈列对于销售，有什么作用？怎样做出对销售有用的陈列呢？

#### 一、什么叫陈列

#### 二、陈列的目的和意义

- 1、运用视觉陈列来表现品牌的价值
- 2、运用视觉陈列促进销售业绩
- 3、视觉陈列让产品更具说服力

#### 三、陈列如何分类

- 1、功能
- 2、系列
- 3、价格
- 4、卖场

#### 四、消费行为分析

- 1、客户类型
- 2、消费心理
- 3、SOR 消费模型

## 五、陈列构思六大要素

- 1、消费群体
- 2、竞争环境
- 3、品牌文化
- 4、空间构成
- 5、氛围营造
- 6、产品

## 第二章、卖场空间规划

讨论：店铺有冷区和热区，如何确定店铺的黄金陈列点？

### 一、卖场类型

- 1、理想边柜——U型卖场
- 2、变化边柜——E型、C型、V型

### 二、平面设计展示在店铺陈列中的意义

- 1、店铺卖场的构成解析
- 2、人体工程学在卖场规划中的运用
- 3、顾客行走路线的设计
- 4、考虑竞争对手的布局

### 三、空间的尺度与布局

- 1、陈列空间
- 2、空间尺度
- 3、空间布局

讨论：店铺空间设计，对陈列有影响吗？

### 四、卖场陈列区域划分

- 1、一吸
- 2、二销
- 3、三连
- 4、辅助

## 第三章、店铺陈列技巧

案例：卜蜂莲花超市陈列

### 一、店铺陈列的“三 P”

- 1、VP
- 2、PP
- 3、IP
- 4、陈列的“三 P”在店铺的应用

### 二、“性感”陈列技巧

- 1、“性感”陈列之四性
- 2、“性感”陈列之三感
- 3、“性感”陈列在店铺的应用

抢答：三 P 的含义

### 三、不同区域的店面陈列与店面布局

- 1、主推陈列

- 2、焦点陈列
- 3、对比陈列
- 4、促销陈列
- 5、新品陈列

#### **四、色彩的基本原理？**

- 1、三原色、色相、明度、纯度如何划分？
- 2、色彩给顾客带来什么样的感觉？
- 3、色彩基本搭配方式

#### **五、引发顾客购买欲的八大陈列原则**

- 1、可获利原则
- 2、陈列点原则
- 3、吸引力原则
- 4、易见易触原则
- 5、商品搭配原则
- 6、一目了然原则
- 7、色形搭配原则
- 8、清洁卫生原则

#### **第四章、六大生活场景配搭陈列技巧**

- 一、婚庆
- 二、宴会
- 三、生日
- 四、职场
- 五、户外
- 六、夜总会