

商品陈列技巧与品类管理

主讲：李战淮老师

培训对象：便利店店员与终端管理人员；

培训时长：两天

课程收益

- 1、本课程针对便利店终端店员与门店管理人员，共两天 12 个小时，通过策略与原则的讲解、案例分析、研讨与演练的方式，使学员真正掌握商品管理与陈列的原则及方法。
- 2、通过课程帮助学员解决如下问题：
 - 以空间为原点、以消费者为中心品类与 SKU 的组合与优化；
 - 掌握消费者心理与需求，通过有效的组合策略使连带销售最大化；
 - 熟悉陈列心理学，掌握生动化陈列的必备原则与丰富的陈列技巧，并通过大量案例分析与演练为店员的日常工作带来改变。

课程大纲

章节名称	课程大纲	
便利店商品策略分析	1、为什么到便利店购物？	
	2、目标客群消费习惯分析	
	3、门店空间布局与行进动线	
	4、差异化的商品策略	
以顾客为中心的品类管理	1、品类管理的重要意义	
	2、品类角色与品类策略	品类角色的确定
		制定品类指标
		根据品类指标确定品类策略
	3、以顾客为中心的品类分类	
	4、品类优化组合	消费者需求分析
		消费者心理
		组合销售与连带销售
5、品类空间管理	门店空间分配原则	
6、品类研讨与演练		

陈列原则与技巧	1、陈列系统的 VAS 原则	透视性、易用性与权威性
		如何创造 VAS 环境
		VAS 案例分析与应用
	2、不为人知的陈列心理学	
	3、商品陈列的九大原则	
	4、店内生动化陈列	生动化陈列的意义
		如何做好生动化陈列
		去销售化，用陈列带动销售
5、店内生动化陈列研讨与演练		