

### 认知零售

零售业有什么特点？如何才能将零售做好？……对这些问题的清晰了解会帮助您更好地做好零售。

### 零售业三大特点

#### 第一特点：由成千上万个细节组成

这是零售业的第一显著特点，其实做零售就是做细节，这些细节包括选址、装修、进货、陈列、广告、定价、促销、招聘、培训、销售、顾客关系维护、退货、补货、盘点等。这些细节会依据时间顺序有先后之分，但绝对没有轻重之分，因为任何一个细节没有考虑周全，没有做好，都可能给店面运营带来销售上的阻力或利润的减少。

#### 第二特点：与现金密不可分

任何企业的正常运转都离不开现金流的支撑。现金对企业来说就如同人的血液，企业可以承受暂时的亏损，但不能承受现金流的中断。这也是近几年来财务管理越来越得到企业重视的原因。

#### 第三特点：直接面对顾客

零售业最大的特点就是终端销售人员要直接面对顾客，换句话说理解就是店铺的发展依靠终端销售人员与顾客双重忠诚度的培养。一个企业，成在销售，败在管理。高忠诚度的顾客和高忠诚度的终端销售人员是企业立于不败之地的重要“武器”。

家乐福经营理念中有这样一句话：“我们最主要的资产是士气高昂的员工。”从这句话可以看出，员工的士气，也就是工作时的状态很重要。顾客在店铺中除了看到产品外，更重要的是感受终端销售人员的态度和专业度。

当专业、态度积极、友善的终端销售人员为顾客进行讲解后，顾客购买产品的欲望才有可能被调动出来。相反，如果一位顾客有意购买，却碰到了一名一问三不知、态度冷漠的终端销售人员，即使这位顾客有购买欲望也会转往其它店铺的。可见终端销售人员在零售环节中的重要性！

### 生动化店铺陈列

店铺陈列在当今竞争激烈的零售大环境下已变得越来越重要，店铺陈列常常被说成无声的销售人员，因为在顾客未进店铺大门，或在销售人员忙碌无暇顾及顾客时，往往是店铺陈列第一个和顾客打招呼，传递店铺的信息，决定顾客对店铺的第一印象。第一印象不管正确与否，总是最牢固的，左右着顾客对店铺的评价，影响下一步销售工作的开展。

店铺陈列做好的意义在于

1. 让店铺更“知名”、更“美丽”、更“赚钱”;
2. 让顾客更容易看到产品、轻松得到信息、喜欢产品和店铺、乐意掏钱购买
3. 吸引顾客在店内停留的时间更长
4. 让竞争对手的产品更逊色

**请记住：生动化店铺陈列，就是让产品体现出更高的价值！**

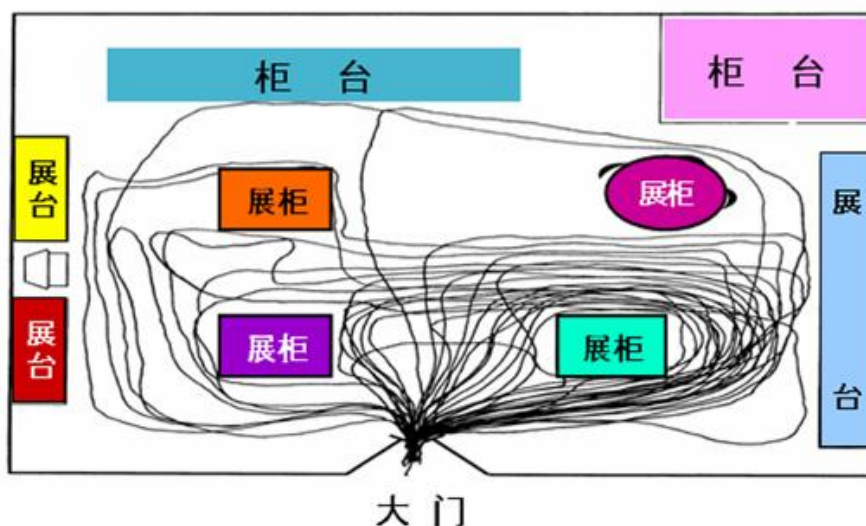
## 店铺陈列的两大原则

### 第一原则：流动路线

流动路线是指顾客在店内走动的路线。流动路线设计的原则是：确保顾客在店内走动的路线最长。

请思考此店铺流动路线设计是否是成功？

图中黑线代表不同顾客进店后的走动路线



从顾客走动路线的跟踪结果可以看出，此店铺的流动路线设计欠妥，原因如下：

1. 大多数顾客都围绕右下角的展台转一圈便离开，这样顾客根本没有走到店铺中的其他地方观看其它产品及信息；
2. 销售人员的压力几乎全部集中在右下角的展台旁，难免造成因人过多，出现顾客不愿驻留的现象；
3. 整个店面的租金全部由右下角的展台来承担。

**请记住，只有顾客在店内走动的路线越长，顾客在店内的停留时间才越长，这样顾客才有机会接触更多的产品，得到更多的信息；销售人员也才有机会介绍产品，有机会将产品销售出去。**

目前很多惠普店铺的形状是长方形，如此图，这样形状的店铺为了保证顾客在店内走动路线最长，需要在店铺中后部设置“障碍”，这样会增多顾客在店内的停留时间。这里所说的“障碍”是指谈判桌椅。



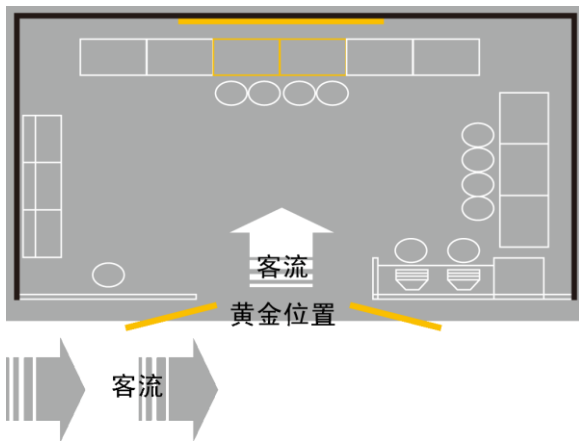
摆放谈判桌椅时需注意：

1. 谈判桌椅不要太靠近店铺大门口，以免影响顾客进店；
2. 谈判桌椅摆放的两侧通道随时确保顺畅，有足够走动的空间，以方便顾客浏览产品及信息；
3. 谈判桌椅不要太舒适，这样也许会让顾客把其变为休息的场所。

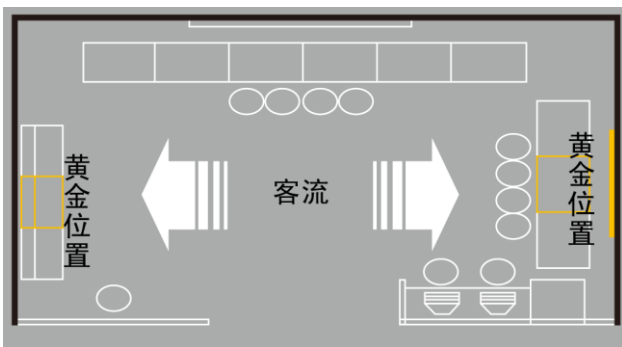
## 第二原则：黄金法则

黄金法则是指店铺内什么位置是最吸引顾客的，请看示例图

此图中正对门的中间位置是黄金位置，这个位置应陈列惠普标志和大幅海报，因为它传递信息的最佳位置

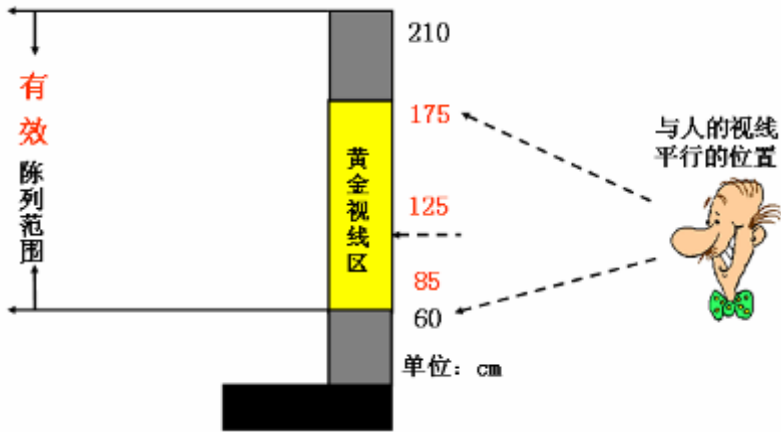


此图中左右两侧的中间位置是黄金位置，可以陈列主推或重点产品及信息。



黄金视线区是指与人的视线平行的位置，一般在 60cm-175cm 之间，这一区域是人们视觉范围内感觉最舒服，也是最关注的范围。

黄金视线区应陈列：销售的主力产品、重点推广的产品、新品/促销的海报等。



## 店铺陈列的三个细则

### 细则一：样机陈列

样机陈列的两个细节：

1. 确保每台机器每天外观清洁，无污渍。外观清洁从某种角度上可以增加产品的价值。
2. 确保每台机器的连线连接整齐。整齐的连线给人以舒服、专业的感觉，而且不会影响陈列的整体效果，同时也确保安全。



### 细则二：海报使用

海报使用得好，可以准确传递产品信息，为产品增色，但使用不好，不仅不能准确传递产品信息，还会影响店铺陈列的整体效果，故海报使用时请注意：

- 1、将正在进行的促销活动海报张贴于最明显的位置，但不能贴在惠普标志上，或另一个过期的海报上
- 2、及时修补或替换有破损的海报
- 3、过期的海报请及时替换
- 4、张贴在橱窗或展示柜内的海报，应可以在店内找到相对应的产品

请看下图的海报中是否有问题？



### 细则三：宣传单页的使用

1. 如放在产品一侧（惠普陈列规范通常放在左侧），需和产品相对应
2. 如放在展架中，需注意：
  - a) 黄金位置放置促销或主推产品
  - b) 数量不宜太少
  - c) 不能出现空白栏
  - d) 不能出现弯曲

请看看下面的问题出在哪？

