

群亞國際股份有限公司附設職業訓練中心
門市精緻服務與管理實務班

商品陳列手冊

授課老師：林素玲



如何將“死的”商品轉變成“活的”商品

- 超市面積4000平方米，商品的陳列總數約在10000種左右，而顧客平均一次購物時間約為20至30分鐘，如果在這段時間內將幾千種商品一個個地看下來話，實際顧客並不可能每一種商品都看到的，只是重點地找一些預先考慮購買的商品，或者由於某種商品在陳列時，運用了藝術性的陳列技巧，引起了顧客的注意，使顧客產生了購買欲望，促成了顧客衝動性的購買成交。所以在超市商場的商品銷售中，重要的是讓商品的陳列能達到商品自己能向顧客充分地展示自己的目的，以獲得最充分的促銷自己的效果，如何將“死的”商品通過藝術性陳列轉變成“活的”商品，就成了超市商品銷售主要的經營技術，也可以與超市商場的銷售好與差是由商品陳列的技術好與差所決定的，因此公司制定下列商場商品陳列的操作和規範。

商品陳列的原則

- 1. 商品陳列**顯而易見**的原則

- 1. 商品陳列顯而易見的原則要達到二個目的

- （1）讓賣場內所有的商品的品名、重量、價格等都讓顧客看清楚的同时，還必須讓顧客對所有看的清楚的商品作出購買與否的判斷。
- （2）讓顧客需要購買某些預定購買的計畫商品之外，即激發其衝動性欲望購物。

- 2. 商品陳列使顧客顯而易見要做到三點：

- （1）有價格標籤、品牌的商品正面要向顧客。
- （2）每一種商品不能被其它商品擋住視線。
- （3）貨架下層不易看清的陳列商品，可以傾斜式和前進陳列方法。

商品陳列的原則

- 2. 商品陳列使顧客**易拿易放**的原則

- 陳列的商品**高度不能超過190CM左右**，商品堆的太高，顧客就不願意去拿，商品陳列原則除考慮易拿，還必須考慮易放，如果一個商品可能會打壞，顧客就是產生購買欲望，由於**不易拿不易放就會影響挑選、觀看的興趣**，使銷售由於陳列不當而受很大的影響。

商品陳列的原則

• 3. 商品貨架要放豐滿的原則

– 1. 貨架上的商品必須要保持放滿陳列，但放滿的前提是豐富（品種齊全）。

- （1）貨架常常空缺，賣場有效的陳列空間被白白地浪費。
- （2）貨架商品陳列不放滿，對顧客來說商品自己的表現力降低，在賣場幾千種商品陳列的條件下，不滿陳列的商品其銷售價值往往是不佳的，也會給顧客造成是“賣不掉或挑選剩下來的商品”的不良印象，對銷售不好的商場會帶來惡性循環，銷售一天比一天差。
- （3）貨架上的商品放滿既可以給顧客一個商品豐富飽滿的好印象，也會起到吸引顧客注意力的效果，也可提高商品的周圍的物流效益（防止商品斷擋提高銷售與代替內倉儲存）。

商品陳列的原則

- 3. 商品**貨架**要放**豐滿**的原則
 - 2 · 貨架陳列商品的規定
 - (1) 貨架長**1.2米**，每一格必須至少要放**3個品種**。
 - (2) 按營業面積計算賣場面積**每平方米**的商品陳列品種不可少於**11—12種品種**。

商品陳列的原則

- 4. 商品陳列**先進先出**的原則

- 1. 補充陳列商品是把原有商品取出來，放入補充的新商品並用抹布擦淨貨架，因為商品的銷售從前排面開始，為了保證生產有效期，**補充新商品必須從後排開始**。
- 2. 當某種商品即將銷售完畢，暫未補充新商品，必須把**後排面商品移至前排面銷售**，決不允許出現前排面空格的現象。

商品陳列的原則

- 5. 商品陳列**關連性**的原則（指貨架陳列）
 - 顧客在購物時往往是依貨架的陳列方向行走，挑選商品**很少再回頭選購**商品，所以**關連性的商品應陳列在通道兩側或陳列在通道同一側**，而決不允許陳列在雙面貨架的兩側。

商品陳列的原則

- 6. 同類商品縱向陳列的原則
 - 同類商品要縱向陳列，不可橫向陳列

商品陳列原則的檢查要點

- (1) 商品的價格標籤、品牌標籤是否面向顧客正面
- (2) 商品有無被遮住無法顯而易見
- (3) 商品上是否有灰塵或雜質
- (4) 商品價格標籤、品牌標籤是否脫落或不明顯
- (5) 商品是否做到讓顧客易拿易放
- (6) 同類商品、不同類商品的品種是否縱向陳列
- (7) 商場的類別標示牌和商品群陳列是否一致
- (8) 貨架上第一層商品是否放得過高
- (9) 貨架上的商品是否有空閒區域，如果有是否將同大類商品或高毛利商品補充暫時陳列
- (10) 商品補充陳列和短缺陳列是否先進先出
- (11) 商品的包裝是否整齊，並具有魅力

商品陳列的基本方法

1.落地整齊陳列法：

- 整齊陳列法是將商品整齊堆積起來，必須是單一商品，商品尺寸、大小一致、整齊陳列，突出了商品的量感，從而能給顧客一種刺激的印象，一般是特價商品、季節性變化商品、購買率高的商品，附近競爭店缺少的商品。商品離地高度掌握在20—30公分最好，商場的暗角是最佳位置，其缺點是顧客不易拿不易放。

2.落地託盤陳列法

- 託盤式陳列是整齊陳列的變化陳列法，它表現的也是商品量感刺激顧客產生購買慾望，託盤式陳列不將商品從紙箱中取出，而是將紙箱割除60%--70%左右，露出商品的牌，袋裝託盤陳列商品必須高於紙箱高度10—20公分。
- 託盤式陳列只要上面一層作託盤式陳列，而下面則用不打開包裝，整箱地陳列上去，高度掌握在離地70—80公分最佳。
- 進出口處、黃金地段是最佳的陳列位置。

商品陳列的基本方法

3. 隨架陳列法

- 隨架陳列法的作業時間短，這種方法最適應於200平方米小商場，在中央貨架兩側，懸掛醒目的有機玻璃POP架，其目的是來帶動陳列在貨架上的特價商品和其它商品銷售。

4. 端頭陳列法

- 所謂端頭陳列法是指雙面中央貨架的兩頭，在超市商場中，雙面中央貨架兩頭是顧客流量最大，往返頻率最高的地方，從顧客視角上說，可從三個方面看到陳列在這一位置的商品，因此端頭是商品陳列極佳的黃金地段，是賣場中最能吸引顧客的位置。
- 端頭陳列可以單一商品大量陳列或多品種商品組合大量陳列，採用落地託盤陳列法是最佳方法，但不能影響顧客行走挑選商品。

商品陳列的基本方法

5.島式陳列法

- 島式陳列可以從四個方向觀視商品，可用木架、櫃、筐等物品作為底腳、搭台，在臺上採取整齊陳列或託盤陳列來陳列商品，島式陳列佔用賣場空間大，但銷售效果好。
- 對季節性、節假日顧客需求的商品採用島式陳列法有相當明顯的促銷效果。商品離地面高度70—80公分，如太高會影響整個超市賣場的視野，也會影響顧客從四個方向對島式陳列商品的透視度。

6.突出陳列法

- 在中央陳列架前面，不影響顧客購物通道前提下，將商品突出陳列，必須採用託盤陳列法，如中央貨架間距太窄，不宜使用這種方法。另也可拆除貨架上攔板，然後將商品堆放在下攔板上，必須採用整齊陳列法。

商品陳列的基本方法

7.懸掛陳列法

- 懸掛陳列能使無立體感、不正規的商品產生很好的立體效果，並且能增添商場內其它陳列方法所沒有的變化。

8.量感陳列法

- 這種陳列法與其它量感陳列法不同，它是島式陳列法、落地整齊陳列法、落地託盤陳列法三種的組合，能給顧客造成種特大量陳列的感覺，當附近競爭店缺某一品種時，用同一品種量感陳列法是促進銷售的最好機會。

商品陳列的基本方法

9. 關聯陳列法

- 把不同類但有互補作用的商品陳列在一起，稱為關連陳列法，關連陳列的目的是當顧客購買商品後，也順便購買陳列在一起的關連商品B或C，關連陳列法可使超市商場的整體陳列活性化，同時也大大增加了顧客購買商品的件數，關連陳列原則是商品之間必須有很強的關連性和互補性，要充分體現商品在顧客消費使用、食用時的連帶性。

10. 比較陳列法

- 把相同商品按不同規格、同數量予以分類，然後陳列在一起，比較陳列是促使顧客購買更多數量的商品，比較陳列法事先都必須計畫好價格、包裝量、商品投放量，這樣才能保證既達到促銷又保證商場的營收利潤水準。

商品陳列的基本方法

9. 關聯陳列法

- 把不同類但有互補作用的商品陳列在一起，稱為關連陳列法，關連陳列的目的是當顧客購買商品後，也順便購買陳列在一起的關連商品B或C，關連陳列法可使超市商場的整體陳列活性化，同時也大大增加了顧客購買商品的件數，關連陳列原則是商品之間必須有很強的關連性和互補性，要充分體現商品在顧客消費使用、食用時的連帶性。

10. 比較陳列法

- 把相同商品按不同規格、同數量予以分類，然後陳列在一起，比較陳列是促使顧客購買更多數量的商品，比較陳列法事先都必須計畫好價格、包裝量、商品投放量，這樣才能保證既達到促銷又保證商場的營收利潤水準。

商品陳列的基本方法

11.活面陳列法

- 進出口處，陳列富有色彩的商品，較暢銷的商品，吸引力的暢銷商品，採用落地託盤陳列法。

12.死面陳列法

- 生活中的必要商品，陳列在商場各個死面（角），使顧客必須走遍全商場，採用落地託盤陳列法。
- 另在商場內所有貨架上也可採用活面與死面跳格陳列相結合的方法來提高全部商品的銷售機遇等。

冷櫃與蔬菜架陳列法

1. 整齊排法

- 將商品規則地排列在一起，排列重點是將商品上下、左右排列整齊，不可雜亂或鬆散。

2. 置放容器

- 由於商品鬆散、雜亂無法排齊，將商品散開放入陳列的各種容器內，但對容器最上面一層商品要擺平，其它無須作特別處理。

3. 順序堆積

- 將商品由下往上按順序堆積，目的是要創造出商品的陳列立體感，但必須要保持商品的一定高度。

冷櫃與蔬菜架陳列法

4.組合交疊

- 將商品交錯組合堆積陳列交疊的方法，特別對形態不一大小不一的商品組合，產生好的陳列效果。

5.點綴裝飾

- 在陳列的商品中放上其它商品起點綴作用，或同一種商品在最上部作一些特殊處理，點綴裝飾目的是提高商品的可視率吸引力，但點綴裝飾商品周圍必須有顧客易拿易放同一種商品。

高溫櫃、中溫櫃陳列原則

- 第四層：展示感強商品，推薦商品
- 第二層、第三層：銷售量大的商品
- 第一層：補充商品，易碎商品，鬆散、雜亂的商品

利用陳列鎖住您的顧客

- 超市的顧客是附近的居民，如何使固定顧客：
- （1）從基本購買→一般購買→流行性購買
- （2）從就近購買→刺激購買（欲望購買）→反復購買
- 就需做好商品陳列工作，才能使超市的商品陳列藝術，真正轉化成藝術銷售