

家用纺织品

魅力陈列

为家纺行业量身定做的营销实战图书

Jiayong Fangzhipin
JM Meili Chenlie

刘达 编著



中国纺织出版社

家用纺织品 魅力陈列

你知道吸引顾客进店的首要秘诀么？

你懂得如何进行店铺规划赢得进店率么？

你明白色彩和灯光在家用纺织品陈列中的无穷魅力么？

你了解家用纺织品陈列与人的微妙关系么？

你清楚如何管理可以提升家用纺织品的视觉营销效果么？

……

请翻开《家用纺织品魅力陈列》这本书，

答案就在你的眼前！

上架建议：轻工/纺织

ISBN 978-7-5064-4591-7




9 787506 445917 >

定价：38.00元

中国家纺业经营实战必读

家用 纺织品 魅力陈列

刘达 编著

 中国纺织出版社

内 容 提 要

本书是关于家用纺织品陈列的精彩讲解。作者以多年的实践和研究为基础,吸收了国内外最新的营销思想和方法。内容包括店铺陈列的重要性、店铺规划技巧、店铺陈列的色彩搭配、店铺陈列的实际应用、店铺陈列管理等内容。本书图文并茂,通俗易懂,读者可以轻轻松松从书中学到大量专业知识和实际经验,并增强实际操作能力。

本书主要是针对家纺企业营销管理人员、终端零售商和导购员编写的,是家纺行业难得的培训资料和经典参考书,也可以作为家纺专业学生的教辅用书。

图书在版编目(CIP)数据

家用纺织品魅力陈列/刘达编著. —北京:中国纺织出版社, 2007. 10

(中国家纺业经营实战必读)

ISBN 978 - 7 - 5064 - 4591 - 7

I. 家… II. 刘… III. 纺织品 - 商品陈列 - 基本知识

IV. F713.7

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第139287号

策划编辑:崔俊芳 责任编辑:郭沫 责任校对:陈红
责任设计:何建 责任印制:何艳

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027

邮购电话:010-64168110 传真:010-64168231

<http://www.c-textilep.com>

E-mail:faxing@c-textilep.com

北京华联印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

2007年10月第1版第1次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:9.5

字数:95千字 定价:38.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社市场营销部调换

前 言

在销售终端越来越被重视的今天,人们更加关注终端陈列的广告效应。终端陈列是销售的最终环节,也是顾客购买决策过程中的关键环节。好的产品陈列容易吸引顾客的目光,方便顾客购买,防止顾客流失,同时也容易产生终端销售拦截。

人是实现销售的根本,也是利润最大化的实施者,因而应注重陈列技巧的培训。通过培训提升导购员整体素质,使其在销售过程中发挥最大作用。陈列培训不仅要着眼于商品本身、着眼于视觉感官上,还要透过氛围元素的导入、灯光的搭配、特殊的陈列技巧,提供给顾客一种全新的感受促使商品增值;透过视觉的刺激吸引顾客的目光来增加进店率,并借此提高销售的机会;同时,从顾客的角度考虑,在引起顾客的视觉、听觉、嗅觉、味觉、触觉等器官的刺激和反应上持续经营,建立顾客忠诚,体现陈列效应最大化!

店铺陈列是一项复杂而辛苦的工作,它既是一门技术,又是一门艺术,对人的综合素质要求非常高。作为一名陈列人员既要非常熟悉产品风格,又要有一定的审美能力和文化内涵,同时还必须懂得市场营销。在目前的家纺企业和终端市场中,90%以上的企业终端管理人员、零售商、导购员很难达到这种要求。大家对于店铺陈列这项工作都感到非常困难,认为技术难度高,艺术性和专业性太强。特别是对于橱窗的布置、色彩的应用及产品的有效组合上无从下手,即使把产品陈列出来也是五花八门、一团糟,如同一个杂货店,更谈不上吸引顾客,给顾客美的享受。北京达达创远家纺品牌管理咨询公司作为目前家纺行业唯一一家专业咨询顾问公司,为家纺企业和零售商提供了一系列培训管理课程和专业图书,以帮助企业和零售商塑造良好的品牌形象,提升管

理和专业技能。本书前期作为企业内训教材使用,得到广大家纺企业和零售商朋友的一致认可。本书是针对市场上的种种情况结合作者多年来的经验汇聚而成,书中很多理念是经过市场成功检验后提炼出来的。

本书具有专业性、生动性和实用性等特点。

专业性:本书是作者多年来在家纺行业“摸爬滚打”的结晶。在十多年的实践中,积累了丰富的实践经验和理论知识。

生动性:本书图文并茂,通俗易懂,配有大量陈列案例和文字说明,读者可以轻轻松松从书中学到大量专业知识和实际经验,并增强实际操作能力。

实用性:此书实用性非常强,完全是从市场和顾客的角度来分析问题和解决问题的。

本书主要是针对企业营销管理人员、终端零售商和导购员编写的。通过大量案例和图片展示,提供了确实可行的陈列方案,本书将真正帮助大家:

- (1)提高店铺陈列专业技巧,增强自身的战斗力;
- (2)直接提升销售业绩;
- (3)提升品牌形象,建立特色品牌店;
- (4)增强自身在市场中的竞争力。

本书在编写过程中得到了同行专家的支持与帮助,同时也非常感谢接受过本公司培训的所有公司的信任和同行新老朋友对本公司的支持和帮助。

由于时间仓促,书中的缺点和不足在所难免,恳求批评指正。同时,欢迎广大同行朋友多提宝贵意见和建议。

刘达

2007年6月于北京

第一章 陈列概述

1

-
- 第一节 陈列的概念及意义 1
 - 一、陈列的概念 1
 - 二、陈列的目的 2
 - 三、陈列的意义 3
 - 第二节 陈列的原则及要素 4
 - 一、陈列的总体要求 4
 - 二、陈列的基本原则 4
 - 三、陈列的基本要素 7
 - 第三节 陈列构图及陈列表现方法 12
 - 一、陈列构图的构成原则 12
 - 二、陈列构图的组合方式 14
 - 三、陈列构图的分类 17
 - 四、陈列的表现方法 18
 - 五、卖场中常见的陈列展示形式 20
 - 第四节 陈列案例分析 24

第二章 赢得进店率的店铺陈列规划技巧

26

-
- 第一节 店铺陈列规划的内容 26
 - 一、店面广告规划 26

- 二、门面规划 26
- 三、橱窗规划 27
- 四、内部规划 27
- 第二节 店铺陈列规划的意义 27
 - 一、对品牌的推动作用 28
 - 二、促进销售 29
- 第三节 赢得进店率的店铺陈列规划原则 29
 - 一、总体原则 30
 - 二、具体原则 31
- 第四节 赢得进店率的店铺陈列规划技巧 32
 - 一、店铺陈列规划按区域划分 32
 - 二、店铺整体陈列规划要点 33

第三章 家用纺织品陈列的色彩搭配

38

-
- 第一节 店铺陈列色彩常识 38
 - 一、色彩的基本属性 39
 - 二、色彩的分类与特性 40
 - 三、色彩的三原色、三复色 40
 - 四、黑、白、灰 40
 - 第二节 色彩在床品中的功能和作用 42
 - 一、色彩的心理功能 42
 - 二、色彩的情感功能 52
 - 三、色彩的联想 53
 - 第三节 色彩在床品中的寓意及记忆 53
 - 一、色彩的寓意 53
 - 二、色彩的记忆 56
 - 第四节 魅力色彩应用 61
 - 一、色彩的主题应用 62

- 二、色彩搭配的表现方法 62
- 三、色彩与商品展示 71
- 四、陈列色彩具体操作方式 72

第四章 家用纺织品陈列的实际应用

74

- 第一节 店铺橱窗陈列概述 74
 - 一、橱窗陈列的作用 74
 - 二、橱窗广告的特点 75
 - 三、橱窗的分类 76
 - 四、橱窗陈列的方法 77
 - 五、橱窗注意事项 82
- 第二节 店铺橱窗陈列设计 83
 - 一、橱窗展示的基本原则和道具 83
 - 二、橱窗陈列的设计要求 84
 - 三、橱窗陈列的制作要求 84
 - 四、橱窗陈列设计的主题 88
 - 五、橱窗陈列的设计流程 90
- 第三节 店铺床、柜的陈列 91
 - 一、床位陈列的搭配和组合 91
 - 二、床位陈列的色彩搭配原则 91
 - 三、柜位陈列的色彩搭配原则(拆件柜) 96
 - 四、四件柜 96
 - 五、柜位黄金分割法陈列原则 98
- 第四节 店铺陈列产品的有效组合 100
 - 一、产品组合方式简介 100
 - 二、产品组合的基本要素 101

第五节 陈列的灯光照明与背景音乐 105

- 一、陈列与灯光 105
- 二、照明设计 107
- 三、橱窗照明 111
- 四、墙壁、柱子的照明 111
- 五、背景音乐与视频气氛 113

第五章 家用纺织品与居室的搭配

114

第一节 家用纺织品与居室的色彩搭配 114

- 一、家用纺织品与居室的色彩搭配方法 114
- 二、家居色彩常用的几种搭配方法 117

第二节 人与家居色彩 118

- 一、居室家饰色彩搭配 118
- 二、床品色彩与人的关系 121
- 三、人的气质、性格与色彩的关系 123
- 四、职业、修养与色彩的关系 124

第六章 家用纺织品陈列基本训练

125

第一节 有效地做好陈列工作 125

- 一、以色彩吸引顾客 125
- 二、主题区陈列 126
- 三、季节陈列 126
- 四、与时尚或流行结合 127

第二节 有效陈列的要素 127

- 一、展示突出重点 127
- 二、紧抓顾客心理 127
- 三、避免过分拥挤 128
- 四、增强视觉冲击 128
- 五、POP 的运用 128
- 六、店员的精神面貌 129
- 七、商品陈列须每天检查 129

第七章 家用纺织品陈列管理及家纺未来市场分析 131

- 第一节 陈列管理的基本知识 131
 - 一、陈列管理的概念 131
 - 二、陈列管理的特点 131
 - 三、陈列管理的种类 132
 - 四、陈列管理的内容 132
- 第二节 店铺陈列管理表格的应用 133
- 第三节 家纺市场发展趋势分析 138

结束语 141

参考文献 142

第一章 陈列概述

法国零售业有一句经典商品陈列名言：“即使是水果蔬菜，也要像一幅静物写生画那样艺术地排列，因为商品的美感能撩起消费者的购买欲望。”

完美的商品陈列是非常重要的，成熟的陈列能够给顾客带来一场视觉盛宴。

第一节 陈列的概念及意义

一、陈列的概念

陈列是一门综合性学科，它涵盖了营销学、视觉艺术学等多学科内容，是视觉艺术最重要的组成部分。它具有直观性和系统性，是卖场终端最有效的营销手段之一。

陈列展示是一门艺术，它以视觉语言为主要手段，通过对整体店面空间内全系列产品与灯光、货架、橱窗、道具、通道、海报等的统筹配置、组合，把一些商品有规律地集中展示给顾客，完美体现品牌形象和品牌形象，潜移默化地引发顾客认同并激发其购买欲望，从而达到销售商品和提升品牌形象的目的（图 1-1）。



图 1-1 家用纺织品的艺术陈列

二、陈列的目的

1. 站在顾客的立场

从顾客的角度出发,要便于引导顾客选择商品,此时要求简单易懂的分类陈列。分类基准因商品不同而不同,而店铺的规章、顾客的层次、商品陈列数量等多种基准并用也是非常必要的,同时,分类的确定应利于顾客挑选。

2. 站在店铺的立场

从店铺的角度出发,要使店铺经营者能省时省力地销售,应做到:高效、充分利用卖场空间;容易管理,容易进行商品的库存管理,容易了解畅销商品,以防出现利益损失;降低成本,销售做到省力化、标准化、手册化。

三、陈列的意义

陈列展示讲究搭配和谐,其最终目的,无论是从经济效益、社会效益还是品牌效益,都是为企业的发展带来推动力,使企业获得比同行其他企业更为丰厚的回报,使品牌的利润高于其他竞争品牌的利润。具体体现在以下几个方面。

1. 有利于提升企业品牌形象

店铺陈列是表现企业品牌形象的一个重要手段,它能展现品牌的韵味和理念,能够彰显品牌的文化和内涵,体现品牌独有的个性、特色,能够加深顾客对品牌的理解。

2. 有利于提升商品的附加值

店铺陈列是提升商品附加值的一个有效手段。一个好的卖场陈列形象,往往能带来较高的销售额,差别不大的产品放在地摊上销售和放在商店内销售其价格相差好几倍,反而在商店内销售得好,其主要原因是商品陈列带来的不同效果。

3. 有利于刺激顾客的购买欲

购买床上用品的顾客 80% 以上是女性,而女性购物的最大心理特征是非常容易受环境的影响,属冲动型顾客。有氛围的陈列能刺激女性顾客的购买欲,从而提升店铺销售额。

4. 有利于培养导购员的技能

由于店铺陈列工作量非常大,而且非常辛苦,且一般是由导购员来完成的,而大多数导购员不愿意动手从而忽视陈列。如果导购员在思想意识上不够重视陈列工作或者没有吃苦耐劳的精神,就很难做出一个有氛围的产品陈列。对于导购员陈列的培养中,既要注重意识的培养,又要注重技能的培养。床品陈列相对于其他产品陈列来说是一项既复杂又辛苦的工作,很多导购员对陈列无从下手。加盟商一定要重视并积极培养导购员的动手能力,如让店(柜)长带教或要求公司

督导人员到终端市场培训等。

第二节 陈列的原则及要素

一、陈列的总体要求

店铺陈列要从整体角度出发安排各系列产品,并给予特色产品在最显耀的位置陈列。陈列的总体要求是整洁、规范、合理、协调、时尚。

二、陈列的基本原则

陈列需要技巧,也需要经验,但总体原则是不变的。通常遵守的基本原则包括:体积小者在前,体积大者在后;价格便宜者在前,价格昂贵者在后;色彩明亮者在前,色彩较暗者在后;季节商品、流行品在前,一般商品在后。

为了更好地让导购员掌握陈列的技巧,我们总结了十二大陈列原则。

1. 显而易见原则

在“眼球”经济时代,谁的商品能够抓住顾客的注意力,谁就是赢家。商品陈列是使顾客容易看见商品,这是达成销售的首要条件。让顾客看清商品并引起注意,才能激起其购买心理。商品陈列要求醒目,展示面积要大,力求生动、美观。

2. 最大化原则

商品陈列的目标是用最小的空间陈列出最好的效果,尽可能增多货架上商品的陈列数量。只有尽量把产品进行最大化陈列,顾客才有机会了解更多的商品,商品销量才会提高。

3. 垂直集中原则

垂直集中陈列不仅可以抢夺顾客的视线,而且容易做出生动有效的陈列面,因为人们的视觉习惯是先上下、后左右,垂直集中陈列符合人们的习惯视线,使商品陈列更有层次、更有气势。

4. 上轻下重原则

将重的、大的商品摆在下面,小的、轻的商品摆在上面,便于顾客拿取,也符合人们的习惯审美观。

5. 全品项原则

尽可能多地把一个公司的商品全品项分类陈列在一个货架上,既可满足不同顾客的需求,增加销量,又可提升公司形象,增强商品的影响力。

6. 饱满原则

要让自己的商品摆满陈列架,做到饱满而不拥挤,这样可以增加商品展示的饱满度和可见度。过于稀疏,会有一种空荡荡的感觉;过于拥挤,会让人感觉像杂货店一样。饱满陈列就是要把握好一个度。

7. 重点突出原则

在一个堆头或陈列架上展示一系列商品时,除了全品项和最大化之外,一定要突出主打商品的位置,要将主打商品放在最显眼的地方。红花需要绿叶衬,这样才能主次分明,使顾客一目了然。

8. 伸手可取原则

要将产品放在让顾客最方便、最容易拿取的地方,根据主要顾客的不同年龄、身高特点,进行有效陈列,如图 1-2 对儿童产品的陈列就体现了这一点。

9. 整洁性原则

不管采用何种商品陈列方式,保证所有陈列的商品干净整洁是最基本的。只有让店铺每一个角落都保持一尘不染,才会给顾客留下美好的印象,才会激起顾客购买的欲望。如果把一些弄脏的商品也陈列出来,效果可想而知。

10. 统一性原则

所有陈列在货架上的商品,标签必须统一,将中文商标正面朝向顾客,达到整齐划一、美观醒目的展示效果。商品整体陈列的风格和基调要统一。陈列可以分区展示,但在同一个展示区色彩要协调一致,如图 1-3 所示。



图 1-2 儿童的视线较低,降低床位保持与其平行



图 1-3 家用纺织品的统一性陈列