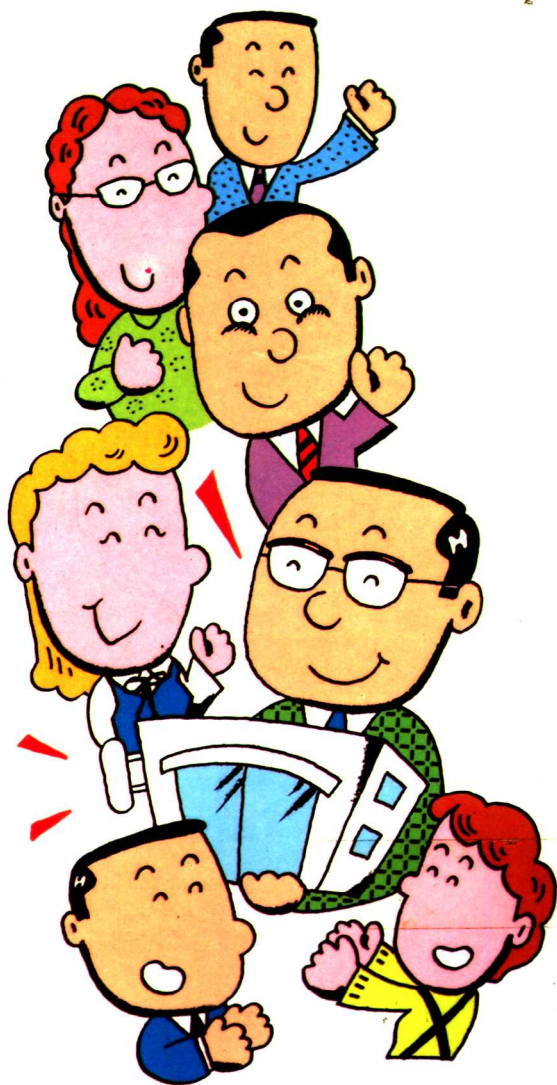


企業人動腦系列
BBUSINESS 66

快速促銷的 店鋪設計與商品陳列

藍 永島幸夫
鳳 原 著
編 譯



書泉出版社


書泉出版社

企業人動腦系列
B
BUSINESS 66

永島幸夫／原著
藍鳳／編譯

快速促銷的——
店舖設計與商品陳列

快速促銷的——

店舖設計與商品陳列

定價：一二〇元

中華民國 77 年 8 月初版

原著者 永 島 幸 夫

編譯者 藍 鳳

發行人 楊 榮 川

發行所 書 泉 出 版 社

局 版 臺 業 字 第 1848 號

臺 北 市 銅 山 街 1 號

電 話：3 9 1 6 5 4 2

郵政劃撥：0 1 3 0 3 8 5 - 3

印刷所 茂榮印刷事業有限公司

板橋市双十路2段46巷22弄11號

電 話：2 5 1 3 5 2 9

(本書如有缺頁或倒裝，本公司負責換新)

出版者的話

企業經營大方針的決策，靠學識與智慧；而經營管理實務的推動，則需能力與經驗。

學識可以從書籍閱讀中吸收，但經驗却是長年累月，嘗試錯誤的成果，唯有在不斷的實際工作歷練中，才能獲取。然而，一個人終其一生不能花太多寶貴的時間去嘗試錯誤，否則那將是一種無謂的浪費。吸取別人的工作經驗，才是企業經營成功的捷徑。

自身經驗的累積，靠時間；而他人經驗的吸取，賴口傳。時間，一個人擁有的有限；口傳，有其空間上、人際上的限制。如何將專家的寶貴經驗匯聚，供人所用，是本公司努力的目標，亦是本系列叢書出版的宗旨。我們實無意在已經是汗牛充棟的學理性書籍上再插一脚。那是學院派學者的職責。

本系列叢書，以實務為主導，以經驗為內容，企圖在理論的基礎上，融入實務的經驗；不空談學理，而著重實際作法。本叢書的作者，都是各該行業、各該職務擔當者中的佼佼者，他們憑其經年累月的工作歷練，提供了寶貴的經驗以及可行的具體方法。

在範圍上，遍及經營管理的各個層面，包括行銷、生產、研究發展、人事、財務等。在選材上，除了國人的精心創作外，大部分選自美、日的這類佳作。在敘述上，盡量口語化、通俗化，避免學院派的艱深用語。我們希望藉著本系列叢書的出版，提升工商界經營管理的品質——「計劃」周詳、「組織」合理、「用人」適切、「指導」有方、「控制」得宜。

推介本書

——如何打破僵化的經營現況

零售業的經營環境向來不佳，而這種不利的經營環境在今後亦不可能有太大的改變。未來企業間的競爭將會由量的競爭轉變為質的競爭，而這種質的競爭也就是石油危機之後，倖存下來的「強勢企業」間的競爭。

關於競爭的型態，則因經營種類、經營型態及使用新媒體的無店鋪經營間的競爭，而顯得極為混淆模糊。然而，可以確定的是將來的企業勢必需匯集各方智慧，方能應付變化多端的時代。雖然中小規模的零售業其不利的經營環境將會持續不變，然其同行競爭的特性將使其彼此間的競爭更形白熱化。就顧客的立場而言，假使每一家店都是一樣的，並沒有什麼特殊的特性，那麼便不需刻意至某家購買。既然顧客對店鋪的價值不予認同，如此一來只有以價格作為唯一判斷的基準了。因此，廉價商店就在這種狀況下，如雨後春筍般地林立繁榮起來，甚至連專門店也遭池魚之災而捲入這場價格競爭的漩渦中。

在未來的時代中，即使是小規模的零售業者，也需重視「如何成功地扮演自己的角色」此一戰略，方能因應競爭激烈的時勢。但就目前的情況而言，一般中小規模零售業者大多缺乏長期遠

大的眼光。

為了因應困難的經營環境，今後店鋪努力的重點應為：「創造個性」、「創意型銷售」，使自己的商店具有特殊的風格，與其他商店有顯著的不同，是吸引招徠顧客最有效的方法。又，如果想要有效地銷售舊式囤積的商品，則需針對顧客的需要，作靈活的變通銷售。

在過去的時代裡，零售業只需守住店面即可獲利，然而，在今日及將來，零售業如果無法接受積極嚴格的挑戰，則必會遭致淘汰的命運。本書舉出許多具體的實例及方法，教導業者如何因應困難的經營環境，這種敘述方式不同於以往相關的書籍，只着重理論的描述，希望業者透過這些實例可以獲得啓示，並能釐定明確的經營策略，使得經營的企業得以再度成長。

其次，由經營實態看來，在目前這種不利的經營環境下，光靠過去的經驗已經無法掌握判斷時時更變的新時勢。尤其是中小規模的店鋪，其資訊的搜集分析往往只憑靠經營者本人，然因個人搜集的資訊有限，遂無法釐定有效的應對策略，在此情況下，儘管經營者本人充滿了衝勁及熱情，但其經營的最終結果仍可能是將店面拱手讓人。

中小型店鋪經營的最大困擾便在於資訊不足，或可說是資訊性質偏頗。雖然關於店鋪所在地的街市資訊，及同業間的資訊十分豐富充足，但是除此之外其他的資訊密度便顯得極端缺乏。

僅靠與自己有關的資訊即可獲利、經營成功的時代已然過去，將來若只憑偏頗的資訊是絕對無法創想出有效的商場戰略，因此自然也就無法應付瞬息萬變的時勢。

另外還有一點也極為重要，即是所謂的人才活性化。中小型店鋪中的營業人才，一般而言都有高齡化的傾向，如何有效地利用這些人才，也是中小型店鋪經營的重要課題之一。在未來的時代裡，不論經營的店主本身多麼優秀，如果只憑其一人的力量，仍然無法使整個企業飛躍成長。即使店鋪中所用人員不多，也應儘量使其發揮潛力，以作為整體的組織力量，如此方能使店鋪充滿活力朝氣。

一言以蔽之，企業經營的重點在於打破極端僵化的經營現況，而打破此一現況的關鍵則在於「企劃力」、「感性」、「衝刺型零售業」三項。

將來不論企業規模之大小，均需因應高度資訊化的社會潮流，而過去累積的經驗、靈感已然不足應付此一潮流，唯有根據搜集的正確資訊加強經營企劃的彈性，才得以因應，而這也正是企業活性的第一條件。此外，有效地運用人才提昇其管理能力也包括在內。

第二個關鍵為「感性」。如果經營者站在過去的立場上思索經營的方式、路線，那麼絕對無法預估出未來的時勢變化，並使企業成長。相反地應將能預估出時代潮流的感性和經營的經驗合而為一，且使發揮出的管理能力和感性兩相平衡。

第三個關鍵為使企業銳化為「衝刺型零售業」。關於這一點，應根據長期對顧客生活型態的持續研究，從事經營技術及技術開發的工作，方易達成目的。

總而言之，經營中小型商店需別具巧思，如果經營者沒有強烈的求知欲，則其經營的企業必

不能活性化。其正確的經營態度應該是將高度成長期視為企業飛躍的最佳時機，而對變化莫測的未來則應以謙虛認真的態度努力學習之。

本書不僅在這方面提供了理論的探討，也舉了許多具體的例子以便業者實踐，此外亦提供了一些圖表解說，以加深讀者了解。

其次，對顧客的心理及生活變化，也作了一番深入的探討。導致零售業改變型態的主要因素，便是顧客的生活形式內容發生了變化。人類十年前的生活方式和十年後有着顯著的差異，十年前的商店和現在作一比較，究竟變化了多少？

無可否認的，店鋪的裝潢是較以前華麗多了，而店鋪的數量也因經營者心態的不同有了明顯的增加，且商品的品質及設計也較從前提昇了許多；但是零售業的本質却仍無法適應顧客的生活變化。

目前百分之八〇的國民都已具有中流意識，且其追求的目標為「購買比別人更好的生活」，這是朝中上層社會蛻變的一種自然傾向。如果無法認清顧客的需要，顧客便會掉頭離去，如果對方單單只是想獲取「物」，那麼應該是到店址離家近且方便的商店購買才合乎常理。然而有些顧客儘管住家附近有商店可以供其採購物品，卻仍奔波至遠處商店購買，由此可以證明，光將商品當成「物」來經營販賣是不夠的，而且也是一種落伍的做法。

打開報紙的社會版，不難發現許多與「心」有關的話題，現代的購物者不僅對商品追求「心

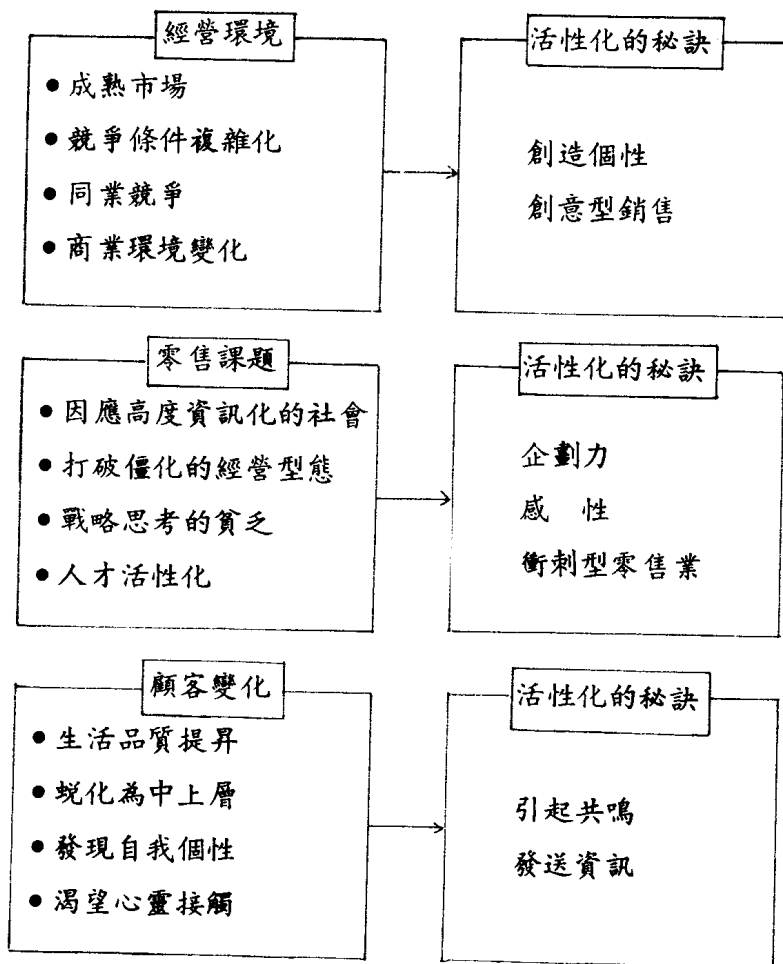
」的滿足，同時對陳列販售商品的店鋪，也渴望達到心靈的接觸。而這一點也正是中小型商店的特點，所以絕對要善於運用發揮，不可輕言放棄。

對顧客的這種變化，要能應付裕如，必須達到以下兩點：「引起共鳴」、「提供資訊」。確定好商店本身的戰略、主張之後，便要能使顧客產生共鳴，招來店迷。但是這件事並非靜坐店中等待即可達成，而是需要刻意地營造訴求。此外，中小型商店提供有益於顧客的資訊，協助顧客掌握時勢潮流，也是其重要機能之一。

本書描寫的主題主要在於如何使零售業在強烈的競爭現況下，打破僵局再度飛躍成長。本書的內容是針對走在時代尖端從事新型經營的業者，為其提供最新有利的經營方針、秘訣。儘管本書所舉的例子，是引導各走在時代尖端的業者如何經營風格獨特的商店，但即使是一般的中小型商店，只要有此意願，仍然可以運用本書提供的例子和秘訣獲致成功。

透過此書，希望對認真想使企業活性化及努力檢討經營路線的業者，於解決經營難題時提供一臂之力，如能達到此一目的，將是著者最大的心願。

零售業活性化之關鍵



好書推薦!!

熱門商品開發法

簡鴻業編譯 / 定價一二〇元

商品是否具有魅力，爲企業成功與否的關鍵之一。企業若能開發有魅力的商品，則其促銷將不費吹灰之力。

本書就熱門商品開發的構想、啓示及技術等秘訣，詳加討論，輔以簡單事例及圖表，期有助於各企業之商品開發。

主要內容

- 無法因應變化就無法生存
- 提高營業額的店面佈置法
- 招徠顧客的獨特賣場設計
- 如何獲得顧客的共鳴
- 店舖起死回生的革新戰略
- 如何打破僵化的經營現況
- 零售業活性化的關鍵

● 目次 ● 快速促銷的店舖設計與商品陳列

序 章

無法因應變化就無法生存

1

1 時段改變，店舖陳設也應改變

／ 2

● 創意思考

／ 2

● 如何使銷售額成長

／ 5

2 專門店的新型態——強調個性的店舖

／ 7

第1章

提高營業額的店面佈置法

21

3

- 「這就是我的店」——告訴顧客你的主張 / 7
- 「若要購買這種商品就要來我的店」——有個性的商店 / 10

引起顧客共鳴的「POP主張」 / 12

- 將「主張」告訴顧客以獲得共鳴 / 12
- 博取顧客共鳴的方法 / 14

4

打破行規的「玩具箱型」商品展示法 / 17

- 注意商品的差異性 / 17
- 針對銷售重點豐富商品種類 / 18

1 利用空閒時間提高營業額 / 22

● 如何決定營業時間 / 22

● 如何做好時間管理 / 23

2 如何和廉價商店對抗 / 27

● 應付廉價店的方法完全在於自己 / 27

● 對策應配合廉價店的特徵 / 28

3 店址地點不佳時可以「外出銷售」彌補 / 32

● 如何加強「外出銷售」 / 32

● 訪問銷售 / 33

● 職業場所銷售的檢討 / 36

4 店前行人流量少的店應如何改進 / 39

● 強化店鋪經營 / 39

● 如何解決停車場的問題 / 41

5 如何使年輕顧客恢復光顧 / 43

● 怎樣扳回劣勢 / 43

● 商品必須能吸引年輕人 / 44

6 在郊外開店時的遷移店址戰略 / 49

● 日本郊外型商店的發展 / 49

● 美國郊外型店鋪的發展情形 / 51

7 中小規模零售店可展開無店鋪經銷式策略 / 55

● 無店鋪經銷為服務顧客的一環 / 55

● 利用消耗品專門店的目錄 / 57

8 利用個人電腦提高銷售額 / 59

● 中小規模零售店的個人電腦活用法 / 59