

阿福先生 ◇ 著

好陈列 胜过好导购



好陈列让衣服自己卖出去！

佛山兴华**店，调整陈列后同期销售件数上升**133%**
深圳花园城中心**店，调整陈列后同期销售件数上升**80%**
深圳瑞欧**店，调整陈列后同期销售件数上升**260%**
.....



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS



好陈列 胜过好导购

阿福先生 著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

好陈列胜过好导购 / 阿福先生著. —北京: 北京大学出版社, 2012.7

ISBN 978-7-301-20568-6

I. 好… II. 阿… III. 商品陈列—陈列设计 IV. J525.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 073086 号

书 名: 好陈列胜过好导购

著作责任者: 阿福先生 著

责任编辑: 冯广翔

标准书号: ISBN 978-7-301-20568-6 / F · 3162

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn>

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672

编辑部 82893506 出版部 62754962

电子邮箱: tbcbooks@vip.163.com

印 刷 者: 北京嘉业印刷厂

经 销 者: 新华书店

787 毫米 × 1092 毫米 16 开本 14 印张 彩插 4 205 千字

2012 年 7 月第 1 版第 1 次印刷

定 价: 35.00 元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有, 侵权必究

举报电话: 010-62752024; 电子邮箱: fd@pup.pku.edu.cn

你为什么要做好陈列

20 世纪 60 年代，有位叫阿玛尼的裁缝——现在都叫服装设计师和版型师了——他在自己位于意大利某地的一间小店里，挂出自己裁剪缝制的衣服（侧挂）进行售卖，有一天，他心血来潮，在墙上钉了一颗钉子，挑选了一件衣服连同衣架一起挂在了钉子上面（点挂，也叫正挂），结果发现钉子上的衣服比其他衣服卖得快，于是裁缝阿玛尼先生每次都会在钉子上的衣服卖掉之后，挑选另一件衣服挂上去，这就是流传甚广的“陈列的起源”。

我们可以想象一下，裁缝阿玛尼先生为什么要在墙上钉一颗钉子？也许你会说：当然是为了挂一件衣服上去。那么他为什么每次都要挑选一件衣服挂上去呢？目的是什么呢？

我们可以大胆地猜测一下：裁缝阿玛尼先生每次挑出来挂在钉子上的衣服，是他比较得意的作品，他把得意的衣服挂上去，是为了先卖出去，那么他出点挂（钉子）的目的，就是把那件衣服卖出去。

我再凭空猜测一下：裁缝阿玛尼先生每款衣服只做一件，卖完了就换一件别的，整店货品也很少，每次挑衣服往钉子上挂不会太难。我们现在的服装店，在货品很充足的情况下，你该怎么办呢？

裁缝阿玛尼先生做陈列是想卖掉他最想卖的作品，那么你做陈列，目的又是什么呢？

陈列是吸引顾客的第一步

抛开我们自己是服装行业从业人员不谈，我们也是服装的消费者。当我们

作为顾客的时候，都遇到过类似下面的情况吧：

1. 选择性进店：有些店经常会去看看，而有些店，只要在门口看一眼，就根本不会进去。或者说，有些店，进去看看，很快就出来了。

2. 给店铺下定论：在门口看上一眼，心里想，这店铺的服装就是学生穿的，不符合我的定位。

3. 质疑价格：按照平时的眼光和逛街习惯，进到一个自认为是自己消费价位的店内，一看吊牌，哇，这么贵！就你这个店这些衣服，凭什么这么贵？

4. 意外惊喜：还是按照平时的眼光和逛街习惯，进到一个自认为是自己消费价位的店内，看看货品，很喜欢；试试看，也很漂亮；一看吊牌，哇，真便宜，这几件都买了。

丰田汽车公司流传着一句话：“你给顾客第一印象的机会只有一次。”这句话在服装店同样适用，顾客往往在第一印象，就给你的店铺做定位了。

有个女装品牌，顾客定位清晰，价格相比那些强势的竞争品牌也有优势，看单品，产品功底甚至远强于强势竞争品牌，却因为陈列工作的不到位，导致顾客认为该品牌比同档次的竞争对手低一个档次，强势竞争品牌的顾客群体不愿意选择这个品牌。而被这个品牌的陈列吸引来的顾客，看到吊牌又往往嫌贵，导致品牌的销售业绩一直不尽人意，甚至打折都有顾客嫌贵，惨不忍睹啊！

导致这个品牌高不成低不就的根本原因是什么呢？那就是陈列工作还有巨大的提升空间。类似这样的例子还有很多，相信这些公司的负责人也是心痛不已，痛定思痛，陈列将是这些品牌提升的关键点。

销售可以通过陈列来提升

近来接触到一些加盟商朋友，已经开始重视陈列了。由于摊子已经很大，很多品牌成立了自己的陈列部。我问他们，为什么要成立陈列部呢？他们告诉我，陈列是可以提升销售的。那销售真的可以通过陈列来提升吗？

某年7月的一个周六下午，广东一休闲品牌位于西安东大街的两层楼旗舰店，当天销售已经是以往周六的两倍，而销售数量排名前10名中有9款产品出

自于一楼右半场的墙面，而右半场的墙面刚好是陈列师在前一天夜晚调整过的。

在人员和货品都没有变化的情况下，销售业绩的提升一定是因为陈列调整过。那么这个原因是偶然还是必然呢？

我从不认为只凭陈列可以提升销售。但是，陈列确实可以把销售中还没有挖掘的潜能挖出来，比如说：

1. 初春的时候，很多顾客进入你的店铺，她们是想买春装的，可她们没找到，就离开了，去别的店铺买了。而你的店铺其实是有春装的，只是被埋藏在很多厚厚的冬装里面，她们没有发现而已。于是，一些销售就流失了。当你调整过陈列，将春装独立陈列在显眼的位置时，那些购买春装的顾客一眼就看到了，你可能就因此多了好几单的销售。

2. 某些身材有点走样的中老年顾客，进入你的店铺，她们本想买些包容性强点的产品，好修饰她们的身型，可进去却发现你们店内，无论是模特着装还是点挂出样，都是些小姑娘穿的时尚款式，她们也就去别家了，其实你们家的绝大部分产品都是为这类型的顾客而设计的，只不过，你把少量的年轻时尚款式全出了点挂和模特。当你发现问题、针对顾客出样后，一些可能会流失的销售，又让你做成了客单，销售自然比之前上升了。

3. 一段时间，你店铺内很乱，销售业绩一般；而在你将店铺陈列做成很干净清爽的时候，发现销售业绩上来了。是什么原因呢？原本消费这个价格范围的人，在看到一個杂乱的店铺的时候，就没有进来，而你将店铺做得干净清爽之后，这类潜在顾客就进来得比之前多些，进来的潜在顾客多了，试的人自然就多一些，那么销售件数上升的概率就比之前要高很多。

类似的例子还有很多，更多的将在后面给大家一一呈现，相信有很多陈列师和店长朋友们，都有过陈列后销售提升的例子。我要说，不要把销售提升的希望都寄托在陈列上，但是，陈列却可以把销售的潜能挖出来，成为店铺管理的又一个销售业绩增长点。

回到一开始的问题，你做陈列的目的是什么呢？你的目的达到了吗？

为什么有些陈列师调过的陈列，你会很想调回来？

曾经有一个品牌的总监和我说，他对自己手下的陈列经理不太满意，我问他为什么，他说陈列经理每次去自营店铺调完陈列刚走，店长就把陈列给换了，还打电话过来投诉他，说陈列经理只顾着好看，不从销售的角度来考虑问题。这个总监刚开始不以为然，后来发现这样的投诉越来越多，才产生了换人的想法。

陈列师调完陈列，店长就把陈列给换了，这绝不是个案，类似的案例我听到过不下 20 个，曾经有一个店长当着很多人的面说：“你们调吧，反正你们调完之后，我再调回来。”

作为店长，你有没有这样经历呢？或者说，你虽然没有将陈列师调过的陈列马上调回来，可你有没有在陈列师调过的基础上再做些小调整呢？又或者，你是过了几天再调回来的？再或者说，你虽然没有调回来，但心里却很想调回来？有吗？

一定是有的，很多店长和我说过，就害怕陈列师来调陈列，特别是周末或周末前一天来调陈列，怕万一调得不合适，业绩不能达到正常水平，自己又要调回去，多麻烦！

陈列师也很委屈，每次调的陈列，他们又调回去，那不是白调吗？调了又是什么意思呢？可是，作为陈列师，你有没有问过店长为什么要调回去呢？

我问过不少的店长，得到了各种各样的回答：

“那杆货我挂在那里都半个多月了，销售很一般，前天刚换的位置，他今天

又给出到那里去了。”

“那个点挂我出了很久，试的人多，买的人少，我昨天刚换掉，她今天又出点挂了。”

“那件衣服都断码了，他又拿出给模特穿，顾客看中了，又要脱下来，不买了还要穿上去，这脱了穿，穿了脱，麻烦死了，况且顾客也不愿意在这儿等。”

“那组模特出红色系都两个星期了，这个星期我想换一下黄色系，还没出一天，又被她换成红色系了，其中两个模特的搭配还和原来一模一样。”

“这几件衣服仓库里存货很多的，我想出点挂，她一件也没出。”

尽管店长们所说的内容各不相同，但其深层次的考虑是一样的，就是陈列一定要依据销售情况和库存情况来做。其实，店长将陈列师调过的陈列再调回来的原因，可以用一句话来概括，那就是：“陈列师不了解我们店的销售情况和库存情况，又不和我沟通。”

可能有些陈列师会说：“我了解呀，我去店铺之前看过你们店的销售报表的。”

可是，又有哪个陈列师敢说，自己比整天呆在店铺的店长更加了解这个店铺的销售与库存情况呢？

一次偶然的机会，有幸听一位 50 多岁的日本老者讲日本的服装发展史与日本品牌架构，其中就有 VMD，她对 VMD 的注解是这样的：“一定要了解品牌的产品结构，以及店铺的产品效率和库存效率。”我顿时震惊了，这和我这些年来研究陈列的总结有着惊人的相似，产品效率和库存效率，也就是我们所说的销售情况和库存情况。

由于陈列师所负责的店铺一般都在七八家以上，或者更多，不会整天呆在一家店里。对店铺的销售情况和库存情况不了解是正常情况，这些可以从店长那里了解到，而店长呢，虽然对销售情况和库存情况很了解，也知道自己想卖什么，但如何用漂亮的方式把想卖的产品陈列出来？这是店长所缺乏的，陈列师恰恰具备这个能力，如果两者合作的话，往往更容易皆大欢喜。

销售不好是陈列的问题吗？

听到过不少陈列师抱怨：销售业绩不好了，店长就说是我们陈列的问题，

销售好的时候却没人说是陈列的原因。

我遇到一名说销售不好是陈列的问题的销售督导，我就问他为什么觉得销售不好是陈列的问题呢？

他说：“你看呀，店铺管理无非就是‘人、货、场’三大块，我的员工都很棒，人没问题。货品方面，产品不错，到货也及时，货也没有问题，而且细节方面，我都盯得很紧，也没有问题。剩下就是卖场陈列了，这个我不懂，就只能是陈列的问题了，既然是陈列的问题，陈列师要么不来调，有时来调了，也调得不好，那不是陈列师的问题是谁的问题呀？”

乍一听，这名督导的说法好像合情合理，但细想一下又不是这么回事，如果有一次陈列师调的陈列，督导认为是好的，可销售依然不好，那是谁的问题呢？

督导把自己辖下店铺的业绩不好都推在陈列师身上，就好比说，你在做一个大工程，这个工程的70%你都能完成得很好，但另外30%只能让别人帮你完成，一旦工程没做好，你就说是别人的问题。显然这并不是解决问题的好办法。

我认为销售不好，一定是人的问题。当然有可能是因为没有顾客，但这也是人的问题。那么多人当中，作为店铺的责任人，是要负主要责任的，而揪出是谁的责任，并不能解决问题；找出店铺的提升点，并针对性地管理，才是解决问题的办法。



序

你为什么要做好陈列 / IX

前言

写给服装店店长 / XIII

第一章

用经营者的思路做布局

第一节 根据现在的产品系列和色彩来整合整盘货品

问题 1 · 店铺每月上新货，陈列应该从哪入手？ / 003

问题 2 · 货品杂乱无章的情况下怎么做陈列？ / 005

问题 3 · 系列数多过货杆数时，陈列怎么做？ / 007

第二节 把握好系列、色彩、大类、折扣的先后次序

问题 4 · 大系列风格不同，色彩又丰富，先分色系还是先分系列？ / 009

问题 5 · 店内同时出现去年和今年的货品，如何陈列？ / 011

第三节 用陈列体现出产品价值感

问题 6 · 如何陈列会让店铺有档次感? / 013

问题 7 · 如何陈列会让货品有价值感? / 015

问题 8 · 皮衣裘皮等贵重物品如何陈列? / 017

第四节 提前运筹帷幄，不做重复工作

问题 9 · 新开店和陈列相关的工作有哪些? / 019

问题 10 · 商场给的 DP 点需要怎么做? / 021

第二章

以顾客习惯来规划陈列

第一节 给货品分类，给店铺分区

问题 11 · 怎么按销售情况给货杆分类? / 025

问题 12 · 店铺的黄金区在哪里? / 027

第二节 将合适的系列放在合适的位置

问题 13 · 新货该陈列在什么位置? / 029

问题 14 · 畅销的几杆货要陈列在哪里? / 031

第三节 把握货杆之间的合理衔接

问题 15 · 不同色系的货杆之间如何连接? / 033

问题 16 · 店铺内的死角怎么做陈列? / 038

第四节 合理规划，别挡住顾客的入口

问题 17 · 店内人为的死角怎么调整? / 038

问题 18 · 靠墙面的通道留多宽? / 040

第三章

以产品生命周期来确定调整频率

第一节 使店铺的吞吐量保持平衡

问题 19 · 店铺陈列多少件货品合适? / 045

问题 20 · 货品累积久了, 数量太多陈列不下怎么办? / 047

第二节 合理安排调整周期

问题 21 · 点挂为什么要经常更换? / 050

问题 22 · 陈列应该多久调一次? / 052

第三节 用销售数据规划陈列

问题 23 · 夏秋两季销售一段时间后, 陈列杆数怎么协调? / 054

问题 24 · 断码的货品要怎么陈列? / 056

第四节 陈列出季节感

问题 25 · 10 月中旬, 天冷了, 货品偏薄怎么办? / 058

问题 26 · 4 月中旬, 天热了, 货品偏厚怎么办? / 060

第四章

扬长避短地陈列点侧挂

第一节 有条不紊地调整一杆货

问题 27 · 侧挂颜色怎么做? / 063

问题 28 · 一杆货的点侧挂陈列怎么做? / 068

第二节 点侧挂的奥妙

问题 29 · 点挂出什么样的货品？ / 070

问题 30 · 一杆货要陈列多少件？ / 072

问题 31 · 侧挂一定要成套搭配吗？ / 074

第三节 有选择性地“隐藏”货品

问题 32 · 侧挂里的异类怎么陈列？ / 076

问题 33 · 侧挂里面可以套穿吗？ / 078

问题 34 · 短裤和短裙可以用连衣条吊挂在侧挂的衣服下面吗？ / 080

第四节 衣架的朝向要方便顾客

问题 35 · 衣架和衣钩该朝向哪边？ / 082

问题 36 · 中岛的衣架朝哪边呢？圆形中岛架呢？ / 085

第五节 自定的标准，它“标准”吗？

问题 37 · 侧挂的第一件不能陈列吊带吗？ / 088

问题 38 · 能否把一杆裤子陈列在一起？ / 090

第五章

用打造团队的眼光为模特着装

第一节 让每一组模特发挥应有的作用

问题 39 · 橱窗模特出什么货品？ / 095

问题 40 · 店内模特应该穿什么？ / 097

第二节 呼应——让模特之间有关系

问题 41 · 通透橱窗出样的货品需要和后面货架货品一致吗？ / 099

问题 42 · 模特之间着装怎么呼应？ / 101

第三节 搭配中的个体与集体

问题 43 · 如何学习单件产品的色彩搭配? / 104

问题 44 · 多个模特出样怎么挑衣服? / 108

第四节 穿出产品的特色, 陈列出空间感

问题 45 · 橱窗模特和店内模特分别应该朝向哪边? / 110

问题 46 · 橱窗模特之间需要“对话”吗? / 112

问题 47 · 橱窗里的模特怎么站位? / 114

第五节 模特的“团队精神”

问题 48 · 开腿的模特就只能穿裤子吗? / 117

问题 49 · 模特冬天一定要穿鞋吗? / 119

第六章

点睛的饰品和叠装陈列

第一节 用方便顾客购买的方式陈列饰品

问题 50 · 店内的高低展示台如何陈列? / 123

问题 51 · 店内三层层板柜如何陈列? / 125

第二节 做好吸引顾客的陈列区域

问题 52 · 侧挂上方层板如何陈列? / 129

问题 53 · 外墙上挖空的小橱窗如何陈列? / 131

第三节 了解饰品陈列所承担的责任

问题 54 · 鞋子和帽子能陈列在一起吗? / 134

问题 55 · 围巾和丝巾要怎么陈列? / 136

第四节 让饰品搭配更方便连带销售

问题 56 · 皮带要怎么陈列? / 138

问题 57 · 眼镜要怎么陈列? / 141

问题 58 · 项链要怎么陈列? / 144

第五节 各处叠装大不同

问题 59 · 高处可以放叠装吗? / 146

问题 60 · 中岛柜里的叠装怎么陈列? / 148

问题 61 · 橱窗里的叠装怎么陈列? / 151

第七章

不容忽视的小细节

第一节 饰品的搭配细节

问题 62 · 饰品搭配在点挂上做陈列好吗? / 155

问题 63 · 饰品可以搭配在侧挂的衣服上吗? / 157

问题 64 · 包应该怎么填充才好呢? / 159

第二节 花草阳光带来的困惑

问题 65 · 花花草草要怎么摆放? / 161

问题 66 · 夏天橱窗衣服容易晒坏怎么办? / 163

第三节 从大处着眼做陈列检查

问题 67 · 做完陈列要检查哪些地方? / 165

问题 68 · 灯光应该怎么打? / 168

第四节 从容把握时间调陈列

问题 69 · 白天调陈列会影响销售吗？ / 170

问题 70 · 周末能否调陈列？ / 172

第八章

把握好定位，让陈列作用最大化

第一节 认清自己的产品

问题 71 · 店铺货品和陈列手册上的货品不同，陈列怎么做？ / 177

问题 72 · 一手码的新货陈列要怎么做？ / 179

问题 73 · 能不能照抄别的品牌做陈列？ / 181

第二节 把握好产品定位

问题 74 · 如何布置出符合店铺定位的节日氛围？ / 183

问题 75 · 促销活动要怎么做陈列？ / 185

问题 76 · 特卖场怎么做陈列？ / 188

第三节 把握好人的定位

问题 77 · 店铺陈列应该由谁来负责？ / 191

问题 78 · 店员转做陈列师是否需要悟性？ / 193

第四节 把握好陈列师的个人定位

问题 79 · 做陈列一定要会电脑软件吗？ / 195

问题 80 · 做陈列工作 3 年以上如何突破？ / 197

问题 81 · 陈列工作如何才能越来越专业？ / 199

后记 / 201

| 第一章 |

用经营者的思路 做布局

