

<<这样摆最好卖>>

图书基本信息

书名：<<这样摆最好卖>>

13位ISBN编号：9787506478670

10位ISBN编号：7506478676

出版时间：2011-12

出版时间：中国纺织出版社

作者：何诺

页数：2377

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<这样摆最好卖>>

内容概要

市场经济时代的商品营销，十分注重品牌传播和企业形象的塑造，商品的陈列摆放，更加需要一些形象化的技巧，以促进销售。

本书以帮助读者分析、解决商品展示中的实际问题为基本目的，指导读者如何利用商店的空间特点以及品牌与商品特点进行展示规划，以创造形象化的商店环境与氛围；通过商品的合理配置与组合以及陈列展示，创造有效的视觉冲击力，从而促进商品销售，争取顾客，赢得市场，增加利润。

<<这样摆最好卖>>

书籍目录

PART1 提升店面人气的基本原则

- 1-1 消费者购买商品的心理过程
- 1-2 提升顾客满意度是最高目标
- 1-3 加强品牌的竞争力
- 1-4 更有价值的无形商品
- 1-5 一切都是为了吸引注意力
- 1-6 对商品的“视觉营销”

PART2 让顾客流连忘返的卖场

- 2-1 深植于顾客心中的商店形象
- 2-2 外部设计给人的综合印象
- 2-3 商店招牌的主要元素
- 2-4 根据商品特点设计商店入口
- 2-5 要有流畅合理的通道
- 2-6 收银台和存包处的配置
- 2-7 卖场的通风设施配置
- 2-8 卖场的声音与音响配置
- 2-9 商场照明的配置

PART3 吸引“眼球”的陈列原则

- 3-1 商品陈列的一目了然原则
- 3-2 商品陈列的容易挑选原则
- 3-3 商品陈列的易见易取原则
- 3-4 商品陈列的丰富丰满原则
- 3-5 商品陈列中先进先出的原则
- 3-6 商品陈列的美化原则

PART4 怎样摆放能勾起顾客的“欲望”

- 4-1 科学合理的货物布局
- 4-2 集中陈列法
- 4-3 端头陈列法
- 4-4 岛式陈列法
- 4-5 不规则陈列法
- 4-6 特殊陈列法
- 4-7 展示商品魅力的陈列用具
- 4-8 货架上的差异能决定商品的销售命运

PART5 在陈列细节上令人印象深刻

PART6 销量最大化的黄金陈列

PART7 让顾客眼动、手动、心动且行动的陈列

PART8 卖场陈列的色彩运用

PART9 把商品的“内在”生动地展现出来

PART10 行之有效的促销陈列

<<这样摆最好卖>>

章节摘录

版权页：插图：有明确购买目标的：全确定型顾客。

具有一定购买目标的：半确定型顾客。

以选择为目标的：不确定型顾客。

以闲逛为目的的：随意型顾客。

消费者购买行为的心理活动，是从对商品的认知过程开始的，这一过程是消费者购买行为的重要基础。

在购买中，消费者借助于触觉、视觉、味觉、听觉和嗅觉等感觉来接受有关商品的各种不同信息，并通过神经系统将信息传递到神经中枢，产生对商品个别的、孤立的和表面的心理印象。

在消费者发生对商品的表象认识、并在神经中枢中建立起商品的印象之后，他就会把对商品的认知过程更向前推进一步，使认知过程从表象形式向思维过度，进一步认识商品的一般特性和内在联系，从而全面地、本质地把握住商品的内在品质。

2.欲望——评估过程消费者对商品的认知过程，是采取购买行为的前提，但并不等于他必然采取购买行为。

因为消费者是生活在复杂社会环境中的具有思维能力的人，因此，他们在购买商品时必然会受到生理需求和社会需求的支配，两者构成对物质欲求的强度。

由于生理欲求和社会欲求会引起消费者产生不同的内心变化，所以，造成了消费者对商品的各种情绪反应。

如果情绪反应符合或满足了其消费需要，就会产生愉快、喜欢等积极态度，从而导致购买行力；反之，则会产生厌恶态度，就不会产生购买欲望。

3.确信——决策过程产生购买欲望之后，有两种可能：一种是树立购买信心；一种是失去购买信心。

一般来说，消费者产生信心主要来自三方面：相信销售员介绍。

相信商店或制造商。

相信商品（习惯于某品牌）。

失去购买信心，主要是没有消费者真正需要——称心的商品。

除此之外，还有以下几种原因：商品的陈列方法和销售员的卖货方法不当。

消费者对售后服务持怀疑态度。

同购买计划的矛盾。

<<这样摆最好卖>>

编辑推荐

《这样摆最好卖:卖场中的商品陈列技巧》编辑推荐：商品陈列是一种静态的营销，是无声的促销员，是吸引顾客眼球的第一要素，更是店家在优胜劣汰的市场中独占鳌头的最佳方法。

怎样让消费者停下脚步，留意观看形形色色的商品呢？

一个好的、陈列有序的、独特新鲜且科学合理的商品陈列环境，使顾客看着高兴，拿着方便，既可以给顾客视觉上的享受，又可以提高商品品味和商店品味。

商品陈列不仅是一门艺术，更是一门科学。

现在就让我们一起来解读畅销商品的陈列秘密吧！

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>