

<<商场超市布局与商品陈列技巧>>

图书基本信息

书名：<<商场超市布局与商品陈列技巧>>

13位ISBN编号：9787122041173

10位ISBN编号：7122041174

出版时间：2009-1

出版时间：付玮琼、杨晓磊 化学工业出版社 (2009-01出版)

作者：付玮琼，杨晓磊 编

页数：155

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>

<<商场超市布局与商品陈列技巧>>

前言

对于卖场来说，即使所售商品物美价廉，但如果没有适当的卖场布局，那么其商品零售效果一定会大打折扣。

目前，很多优秀的企业在卖场布局方面都有各自的特色和值得借鉴和学习的经验，但不可否认的是，即使再优秀的卖场在其布局方面仍然有继续改进的空间和潜力。

合理、科学的卖场布局可以有效地促进卖场终端的生动化建设、改善商品库存以及争取商品最大的陈列面，同时，可以极大地突出企业形象，促进消费者的购买欲望，从而大大提高卖场的销售量。

<<商场超市布局与商品陈列技巧>>

内容概要

本书是《商场超市经营管理工具箱》丛书中的一本，详细介绍了商场和超市卖场布局与商品陈列技巧的相关知识，对卖场内部构造及外部装饰等都有涉及，并对具体商场和超市中的各大类商品的陈列技巧做了介绍。

同时本书还列举了大量案例，便于读者理解掌握书中的内容。

本书既可作为成人高等院校、高职高专院校工商管理、市场营销、连锁经营管理等专业的教材，也可作为连锁企业有关人员的培训、自学用书，亦可作为有关研究人士的参考读物。

<<商场超市布局与商品陈列技巧>>

书籍目录

第一章 概述第一节 卖场选址一、卖场选址的重要性二、卖场选址的影响因素三、卖场选址的原则四、不宜开设卖场的地区第二节 卖场的组织架构一、卖场规模的确定二、卖场的组织构成三、卖场商品部门的构成第三节 卖场布局概述一、卖场布局的定义二、卖场布局的目的三、卖场布局的原则第二章 卖场外部形象规划与设计第一节 卖场命名一、卖场命名的原则二、卖场命名的要求第二节 卖场门面设计一、卖场门面的类型二、卖场门面设计的原则第三节 卖场标志与招牌的设计一、卖场标志设计二、卖场招牌设计第四节 卖场橱窗设计一、卖场橱窗的作用二、卖场橱窗的布置类型三、卖场橱窗的特点四、卖场橱窗设计的要求五、卖场橱窗的制作要求六、卖场橱窗中的商品展示第五节 卖场出入口设计一、卖场出入口的设计原则二、卖场出入口设计的影响因素三、卖场出入口处门的种类四、卖场出入口的管理第六节 停车场设计一、停车场出入口的设计原则二、停车场车位的规划第三章 卖场内部布局规划第一节 卖场格局规划第二节 卖场通道的布局一、卖场通道设计的原则三、卖场主通路的设计四、卖场辅助通路的设计第三节 卖场设施的布局一、陈列设施二、服务设施三、标示用设施四、后方设施五、其他设备的设置第四章 卖场商品配置规划第一节 商品分类及结构一、卖场商品分类二、卖场商品结构第二节 卖场商品配置表一、商品配置表的含义二、商品配置表的功能三、商品配置表的制作程序第三节 卖场商品组合一、卖场商品组合的内容二、卖场商品组合的原则三、卖场商品组合的优化方法四、淘汰疲软商品第四节 卖场磁石理论的应用一、磁石理论二、磁石理论与商品布局第五章 卖场商品陈列第一节 商品陈列基础知识一、商品陈列的原则二、商品陈列的要求三、商品陈列的区域安排四、商品陈列设备和用具第二节 商品陈列的方法一、商品陈列的常用方法二、卖场商品配列三、卖场陈列商品的补充第三节 卖场各类商品陈列一、生鲜陈列二、食品陈列三、水产品陈列四、洗涤品陈列五、日配品陈列六、电器陈列七、图书陈列八、饰品陈列九、纺织品陈列第六章 卖场关联配置第一节 卖场部门间关联一、生鲜食品部门的关联配置二、半生鲜食品部门的关联配置第二节 卖场通路两侧部门间关联一、卖场主通路两侧的商品关联二、卖场辅助通路两侧的商品关联三、卖场关联商品的配置第七章 卖场环境的规划与设计第一节 卖场装潢一、卖场装潢的原则二、卖场装潢的内容第二节 卖场氛围设计一、卖场色彩设计二、卖场照明设计三、声音与音响效果设计四、卖场气味设计五、卖场现场的广告设计六、卖场的绿化管理附录 超市购物环境标准参考文献

<<商场超市布局与商品陈列技巧>>

章节摘录

第一章 概述第一节 卖场选址一、卖场选址的重要性在实际生活中可以发现，对于两个规模相同、经营品种相类似的卖场，即使它们的管理水平、品牌构成、服务水平、促销手段等方面大体相类似，但其经营效益就可能仅仅由于它们所处地域的不同而产生很大的区别。

好的卖场位置对于一个卖场来说，可以使其生意越做越红火，相反如果卖场的地址没选好，即使卖场规模再大，环境再豪华，也毫无用处。

一个卖场开设地点的优劣，对于招揽一定范围或地域内潜在顾客的多少，以及卖场销售总额的高低起着至关重要的作用。

卖场地址的选择，是一项长期性投资，关系着卖场未来的经济效益和发展前景。

卖场选址的重要性主要体现在以下几方面。

1. 卖场地址的选择是企业制定经营战略的重要依据企业在制定经营战略时，要考虑的首要问题就是其所在区域的地理环境、社会环境、人口、交通状况以及政府规划等因素。

企业根据对这些因素的认真分析来确定其目标市场，按目标顾客的构成及需求特点，确定经营战略及目标，制定包括广告宣传和服务措施在内的各项促销策略。

如果卖场经营不考虑周围的市场环境，随意选择卖场建立的地址，是难以经受市场激烈竞争的考验并获得成功的。

<<商场超市布局与商品陈列技巧>>

编辑推荐

《商场超市布局与商品陈列技巧》既可作为成人高等院校、高职高专院校工商管理、市场营销、连锁经营管理等专业的教材，也可作为连锁企业有关人员的培训、自学用书，亦可作为有关研究人士的参考读物。

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>