

利用卖场收集信息的几个小招 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/251/2021_2022__E5_88_A9_E7_94_A8_E5_8D_96_E5_c70_251371.htm 从战场到商场，及时有效的情报系统的作用越来越重要，尤其是越来越激烈的商业竞争，知彼知此，方能百战百胜，很难想象在当今高度市场化的商业环境中，不依靠市场情报系统，企业的竞争力和生存能力如何得到保证？闭着眼睛打天下的时代早已经过去了，独霸天下垄断行业的黄金时代也早已一去不复返了。现在绝大多数行业都是一群群的介入者，市场容量必定有限，渠道通路必定有限，消费者必定有限，高度开放的市场也不可能让各企业排排坐，分果果。既然不可能做到大家都有饭吃，那大家只有抢饭吃，在这个抢的过程中，企业一方面要保护好自己，一方面要不断的研究宏观环境和行业整体动态，一方面还得不断的寻找竞争对手的弱点下手，这后两点就需要情报系统的有力支持。以前是大鱼吃小鱼，现在更多的则是快鱼吃慢鱼，对市场对竞争对手的了解和反应稍慢一拍，很有可能就被竞争对手用长矛挑出局。那么，这个情报系统的作用在那里，简单点说可以归纳为以下几个方面：及时了解竞争对手的主动攻击计划，迅速反应，做好相关的保护和规避动作。及时了解行业发展变化动向，及时调整市场策略和战略部署。及时了解竞争对手在产品及市场策略的创新及调整动向，以便及时做出应对策略。收集信息的渠道和方法有很多，其中，透过卖场来收集就是很好的一个途径，具体来说有这样一些途径可以来借用：采购人员：厂家要做生意必然要依靠终端，尤其是大卖场，采购就是掌控生意的核

心，要了解对手的情况，采购自然是最重要最直接的选择对象了。当然，这个口子也不是那么容易突破的，不然采购也做不了采购了，这个关键在于厂家与采购的客情关系维护，让采购愿意告诉。

门店人员：做生意除了采购就是门店了，具体的执行工作其实是门店人员在做的，与门店的主管、员工保持良好关系也能方便得到有利的资讯。

收银台：外资卖场对收银台的设立都比较合理，基本较为均衡。稳定一两个关系良好的收银员，稍加计算，即可得出该卖场各阶段的实际销售状况。

促销员：通过促销员走内部路线，主动接触拉近与卖场营业员、柜组长、财务、仓管等人员的关系，以闲聊、公司盘库、核对提成数等名义收集情况。

卖场仓库的保管人员：一般在卖场里，这些保管人员的地位不是很高，但他们手里却掌握着最准确的实际进货量、库存数、退货等情况。与这些人员搞好关系，数据收集轻而易举。

卖场的企划美工人员：卖场的促销活动基本上是由企划人员来设计的，就算不由他们设计，最后的汇编、排版、组织实施也是由他们来做的，也就是说他们肯定会知道促销的内容、主题、商品和价格，有意识的结识这样的人，也有利于自己的数据收集。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com