

零售成功的四个要素 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/289/2021_2022__E9_9B_B6_E5_94_AE_E6_88_90_E5_c123_289112.htm 翻开《现代汉语词典》，关于“零售”的解释是：“把商品不成批地卖给消费者”。看似平平常常的一件事，却衍生出不少理论。外有沃尔玛、家乐福、华堂等全球零售巨头的光辉，内有苏宁、国美、物美等行业老大的荣耀，零售，这个关乎每个人生计的基础行业，已然登堂入室，成为了学院、咨询公司、著名经济学者关注的话题。在商品日益“同质化”的零售业，什么才是制胜之道？各种案例，研究，探讨充斥着我们的眼球，然而，面对零售业良莠不齐、众说纷纭的现状，我们不禁要问：零售业到底何去何从？有观点称，零售业进入了服务硬拼的时代，要想留住顾客，最重要的是服务。也有观点说，决定零售业成败的关键是价格。还有新鲜一点的说法，也就是近来炙手可热的“购物体验”，目前，购物体验已被列入市场营销的课题。到底孰对孰错，我们不能妄加断言，因为，我们对于这个行业的研究，还远未成熟。我觉得，零售业中有几点至关重要，即：广泛选择；价格感知；购物环境；声誉形象。广泛选择：到商店购物，顾客都希望比较容易就能够买到他们希望购买的商品。商品品种是否齐全、商品是否容易被找到，对顾客的商品感知影响最大，其次才是商品的质量和摆放整齐程度。商店要准确了解目标顾客的需要，尽可能多地经营他们所需要的商品，并且按照他们在店内的购物习惯进行商品布局。价格感知：价格竞争在零售业已经变成了家常便饭，现在的问题不是是否有促销，而是如何促

销。促销的吸引力对顾客的价格感知影响最大，而不是绝对价格水平。所以，零售业从业人员需要了解顾客对什么商品和什么样的促销形式敏感，要对合适的商品采取合适的促销手段。另外，还必须在内部管理上下工夫，降低运营成本，即使在促销的情况下仍然有比较好的盈利空间，否则不易于长期发展。

购物环境：顾客购物时，除了要买东西，还非常注重购物体验。商店是否宽敞明亮、是否卫生对顾客的购物环境感知的影响是最大的，其次才是商店的商品摆放和商店的氛围。卖场不仅要讲究店内的照明，让顾客感到空间宽敞、干净，就连音乐也要谨慎选择，才会让顾客留下良好的购物体验。

声誉形象：许多卖场在顾客争夺和价格竞争方面的举措比较多，但是，在树立商店诚信和负责任的形象方面的努力却比较有限。企业的可信赖程度和社会责任感对商店声誉以及形象有较大影响，而知名度的影响却较小。卖场如果能够在与顾客接触的各个环节中对顾客负责，能够积极地参与居民社区的建设及合适的公益活动，对于树立良好的商店声誉以及企业形象会有非常积极的作用。企业没有诺贝尔奖，对企业最好的奖励就是拥有大量的忠诚顾客。

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