

室内设计师：卖场空间设计原则 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/467/2021_2022__E5_AE_A4_E5_86_85_E8_AE_BE_E8_c67_467905.htm 一、商场设计原则是

：1、 部门的成功率=销售空间 一个部门在商场空间所显示的销售量=他的业绩。一个部门与其他部门所占的空间相同，但销售情况好于其他部门。那么他的业绩就好于其他部门。相反，空间很大，销售不理想，就要逐步减少空间，而销售好的逐步增加空间。2、 顾客流量最大化 商场设计尽量增加客流量，把能够吸引顾客的两个部门尽量分开，将其他部门安排在他们中间以增加客流量。3、 有逻辑性和战略性地给部门定位 将毛利比较高、销售额比较好的部门摆在最醒目的位置。如：成衣部毛利比较高，就可以给予他比较大的空间和比较醒目的位置。4、 商品交叉摆放 有些商品的摆放需要与其他相关的商品放在一起，才能拉大销售。如：酒瓶起子和酒类商品摆在一起，它的销售会更好。二、商品陈列图 商品陈列图是商品中列的分布设计。是商品在货架上位置的设计。商品陈列图由采购员在电脑上完成，而商场运营部门可提出一些合理建议，协作采购员来完成。商品陈列图的作用就是给商品一个专业化的陈列，不同的销售量的商品有着不同位置，不能随意摆放，以方便顾客购买。商品陈列图的优势：1、 是商品库存的衡量尺度。每个商品都有自己的“家”，一旦缺货一般不拿其他商品添补，便于发现缺货现象。2、 是商品成效的衡量尺度。通过陈列图可有效地提高销售量。通过商品销售额和毛利等因素来确定商品的位置。采购员设计出陈列图后，要经常分析、查询销售情况，根据销售

量、供应商的供货情况、商品周转率来调整每种商品的空间位置大小。销售好的可适当增加空间，相反则适当减少空间。

3、商场的标准化 一份商品陈列图是一个商场商品的摆布，连锁企业的每个店铺按这个图同意摆布。如果采购员要改变陈列图，每个商场的陈列也随之变化，使商场统一标准。

三、商品预算

1、销售额和毛利的预算 商品预算主要是销售额和毛利的预算，是根据上一年的销售情况按一定的增长幅度订出的目标。

2、商品种类的混合 高毛利和低毛利商品的混合搭配比例多少直接影响这个部门和整个商行的预算。大家都知道低毛利的商品通常好销于高毛利的商品，但是最终衡量业绩表现是多少毛利率。因此要合理地安排高低毛利的比例，以达到预算的目的。

3、从下而上的方法 商品预算的计划从下而上订出。采购员和部门采购经理一起制定采购员的商品预算目标，部门采购经理和采购总监一起制定部门采购经理的目标；采购总监的目标是总监与有关部门一起制订。从下而上，每个人都有自己的目标，就需要分析是何种原因造成的，看看哪些地方需要改进，通过商品预算来提高我们的工作效率。

四、库存控制 库存控制的基本原则

1、保证2-3周的库存水平。这是在所有商品销售的基础上定的一个平均数，而对于食品（生鲜食品除外）因为保持期相对其他商品短，对这样的商品要有一个合理库存。

2、提高商品流动速度 如果库存管理的好，商品在货架上流通的就快，不仅提高周转率，同时也提高了资金的流动速度，减少资金的占用率。没有大的库存，也减少了清仓降价的可能性，增加毛利，进而增加效益。

3、采购员按顾客需要采购商品 控制库存的好处就是让采购员根据销售情况采购商品，按顾客的要

求把顾客喜欢的商品采购进来。五、货运管理 沃尔玛公司要求供应商把货送到配销中心，然后配销中心再把商品送到商店里。程序是：供应商接到要货订单后与配货商进行配货预约，按预约的时间将货物按时送到。而配销中心重新整理，利用晚上闭店的时间将货物送到店里。这样不影响顾客选购商品。这种管理的优势是：1、 间隔性发货 有时间性的控制发货 2、 节省供应商的费用 如果供应商按每一个的店送货，势必浪费他们的时间和费用。让供应商集中送货，可节约供应商品运输成本，从而降低商品成本，最终使顾客少花钱。3、 更好地为顾客服务 我们向顾客承诺要提供给他们最好的商品，为此，配销中心也肩负着商品质量的检查工作。检查质量是否合格，条码、标签、包装等是否符合标准。如果供应商在某些地方做的不好，我们也对供应商进行培训，希望他们配合我们做好服务. 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