



顾客需要

高收入阶层的工作时间比较紧,从事家务和购物的时间较少。他们往往一次性购买大量的食品和生活用品,但这不能满足他们对健康生活的需求。因此针对高消费群体,发挥便利性优势,中小超市可以推出上门服务的举措:将顾客每日所需的生鲜食品等日用品送到顾客家中,同时为其提供购物资讯,帮助其选择和购买所需商品,解决其后顾之忧。在上门服务中,价格是次要因素,关键是服务,应着重实用,紧扣需求。因此,提供上门服务的商品,价格可以适当提高,但关键是要让顾客从中真正受益,与超市建立长期关系,开拓中小超市新的营利空间。

6. 提高人员素质,促进超市发展

人员的素质是企业核心竞争力的重要部分。策略可以仿制,技术可以引进,但是员工的观念、技能和经验却是不能模仿和替代的核心竞争力。

超市作为服务业的一种,管理和服务人员的素质则更为重要。因此中小企业在制定策略的同时,还应利用激励机制,吸纳人才,留住人才,并提供全面系统的职业发展培训,不断提高员工的职业道德、业务能力和技术水平,增强他们对企业的归属感、进取心,使企业有长远的发展潜力。

优秀的经营管理人员,有助于超市制定成功的发展战略,形成科学的管理流程。其引进可采取多种途径:一是通过人才交流中心等向社会招聘;二是从高等院校引进高学历、高学位的专门人才;三是从超市内部选拔出色的服务人员进行培养,使其熟悉和掌握有关超市经营的基本业务知识和管理知识,为超市的经营

发展提供人力资源保障。

对于服务人员,超市应制定规范的员工手册,并提供定期的培训,使其熟悉超市的企业精神、规章制度、工作流程等,并严格遵照执行。在此基础上,还应注重培养员工的服务意识,使其认识

到优质服务的重要性,并在每天的工作中有所体现。对服务的强化可以通过增加服务态度和服务质量的考核比例,约束员工的行为;同时设立专项奖,奖励“服务明星”,激发员工的积极性。

(作者单位:南开大学)

超市卖场的布局设计

□ 张玉明

随着沃尔玛、家乐福等国外超市进入我国市场,以及国内的如华联、新玛特等超市在各大城市的开张,商业的竞争也日趋激烈。企业如何在竞争中立于不败之地并脱颖而出,除了良好的服务,齐全而质优的商品外,超市内在空间布局的设计至关重要。好的布局常常会使顾客多掏腰包。那么超市该怎样布局呢?这里对超市如何设计布局以满足销售最大化的需要作以下探讨。

一、边缘布局

我们发现一个顾客在边缘所花购物时间越多,超市就能赚更多的钱。大约一半的利润来自边缘的商品,像水果、蔬菜、牛奶、鸡蛋、肉类、禽类、鱼类。当然在边缘你也可以发现诸如香肠等的熟食制品。国外大多数超市如此布局,即水果、蔬菜、牛奶、肉类、禽类、鱼类和香肠等的熟食制品均布置在边缘。通常肉类、禽类和鱼类布置在超市的底端。如果超市想区别并超过竞争对手,不妨照此调整一下。

二、用餐的空间布局

许多即食商品是非常有利可图的,以至于用餐的空间在超市中拥有一席之地。像新玛特就是在一进门的地方拿出一大块空间来满足顾客或超市附近的人员中午吃饭。即食商品实际上带来的收益甚至超过超市的一些商品所带来的收益,因此,大多数超市给予食物充分的空间。

三、肉类的布局

为什么肉类、禽类和海产品总是摆在超市的底端?这不是把最赚钱的东西放在了一个并不好的地方吗?殊不知这也是布局的一个技巧。顾客要经过摆满商品的过道,才能到达目的地,说不准还能买一些其他极具诱惑力的商品呢!

四、水果、蔬菜的布局

一种典型的布局是把水果、蔬菜放置在超市入口的左边部分。当你进入超市,看到的整洁诱人的水果和绿油油的蔬菜是对顾客产生购买欲望最具影响力的因素,能够决定在这里购物。因此要精心布置这个能带来第二利润的商品。在美国,水果、蔬菜带来的利润超过超市总利润的10%。

五、日用品的布局

通常除了边缘,货架的放置方向是垂直于交款出口处,平行地从左至右排开。从左至右通常是三部分:第一部分是饮料、牛奶、面包、方便面、调料、酱油、醋、食盐和糕点等;第二部分是化妆品、洗涤用品等日用品;第三部分是酒类和冷饮类。如果空间大,还可以开辟服装、鞋帽区。像面包、牛奶等日用必需品应尽量放置在远离交款过道的地方。因为每天顾客去超市购买牛奶时,必须经过摆满商品的过道或者沿着边缘到达那里,这正是超市的经营者所希望顾客光顾的地方。

六、付费区

每年都有成百上千种新的商品面世,超市怎样决定哪种商品进入超市呢?钱!我们称之为“通道费”,即新商品进入超市的“门槛费”。在美国,通常一种新开发商品要付给超市5000~25000美元才能进入。大的超市通常是需要生产厂家付费为自己的产品获得一席之地的。这样一来,没有实力的小的生产厂家的商品是很难进入大超市的,有效杜绝了假冒伪劣商品,卖者安心,买者放心。

总之,超市的内部布局设计,不能让消费者一目了然,应采用“曲线式”的方式,尽量延长消费者在超市内的停留时间。因为,消费者在超市内的停留时间愈长,愈能刺激消费者的购买欲望,从而达到促销的效果。