

一位商场营销部长的运营日记(一)

如何做好大商场店面装饰

■王震

现在大商场已越来越注重店面的装饰,除了各专柜的商品展柜设计之外,卖场促销活动的氛围、店内 POP 及促销道具也越来越受到各方的关注。如何营造浓郁的卖场氛围已成为营销、企划部门一项重要的工作。

笔者曾在新玛特购物休闲广场(辽宁抚顺店)做过大卖场的企划经理,直接下属为两个美工;在万隆商城的服饰商城做企划助理,直接下属为一名美工兼平面设计、一名卖场装饰人员。店面装饰有大量细致的工作要做,也需要十分丰富的经验和相当专业、宽泛的知识。

超市、大卖场的装饰分别有几个方面的问题需要注意。

一、超市的店面装饰

柱体、墙面 这部分主要是广告位,由超市采购人员负责与供应商谈判,以货款的形式抵交广告费。它也是超市内最重要的广告位置。我在新玛特的时候,为了装饰店面,联系了一家美术社,将每个卖区的柱头予以粉刷,当时用的材料是“立邦漆”。记得当时生鲜区用的是红色柱头,非食区是蓝色,食品区是黄色,整个卖场显很有生气。

天棚 这部分主要是商家自有的公共标识部分,由企划部负责整体规划。它包括商

品分类标牌、热卖标识牌、卖场导购指引标识牌三大部分,主要装饰材料为 KT 板、即时贴,吊挂用鱼线。企划部负责设计好样稿,领导同意后,交由美术社刻字,拿回后由美工负责粘贴、揭字,然后找各科的理货员协助吊挂。

扶梯两侧 这部分主要为广告位及公共部分,重点为一至二层的扶梯。我们在扶梯两侧扯了两根钢丝绳,上面吊挂 POP 海报,将一些重点促销商品及价位书写在上面。在扶梯上方吊挂了两条大块绸缎,做成波浪状,气势很是宏伟。今年春节的时候,还在上面用泡沫苯板雕刻成一条大龙。

此外在工作过程中笔者感到大卖场的装饰工作要注意以下几点:

“点”与“面”的结合,抓住主要的几个“点”,比如门厅、扶梯两侧、上行扶梯口、天棚等,通过“点”来带动“面”;

创意要新颖,要节约成本,用最少的钱办最大的事儿,要给人眼前一亮的感觉;

要重视通道、堆头、端架,做好装饰与销售的文章,通过装饰来提高单品的销售。

二、百货商城的店面装饰

笔者现就职的万隆商城是一家以服饰类为主的精品商城,其定位为高收入消费群体,所以卖场的装饰要体现出进店顾客及 VIP 贵宾会员的尊贵。笔者就任后,第一项工

作就是对卖场的装饰进行大手笔的变革。

扶梯两侧广告位 原先这部分广告位闲置很多,笔者通过与厂家的沟通及亲临现场指导安装,使得广告位闲置无几,卖场充满了卖点,给人财运兴旺的感觉。

卖场导购、指引牌 原来卖场的指引牌只有“400mm × 150mm”,色彩也不明快,我将它全部改为“1200mm × 500mm”,色彩改为蓝白相间,感觉很清晰、色彩对比也比较强烈。

各专柜的标识牌 我先后在抚顺市各大商场中各品牌专柜设立了 SP 立式亚克力座牌,介绍各专柜品牌的特点及商品特性;新品上市立式折叠 POP,采取印刷的形式重点推介新品;带有万隆商城标识的圆形折扣 POP,粘贴在各品牌服饰上;“欢迎您使用 VIP 贵宾卡”立式 KT 板座牌,使得 VIP 贵宾会员体会到尊贵的身份;“执行全国统一零售价”立式 KT 板座牌,改变过去消费者对万隆商城价格过高的思维定势。以上这些促销宣传用品的设立,不仅起到了商城语言提示的作用,而且使卖场的形象更加统一,也彰显了精品商城的与众不同。

另外,在其他一些细节上也从专业的角度上做了改变。“零售就是细节”,体现在店面装饰上就是对每一个广告画的画面选择,每一张 KT 板的材质把关,对每一个广告位确定的尺寸进行测量等等,卖场装饰只要你用心去领会,就会“与众不同、精品频生”。

编辑荐书

《坏营销,好营销》



作者:张兵武
出版社:北京大学出版社
出版时间:2008年4月
定价:39.00元

营销的“玻璃纤维撑竿”

国内很多曾经辉煌的企业的宿命:阶段性的胜利总是以接踵而来的衰落为代价。

在迅速达到巅峰之后企业再难攀上新的高度。这是国内市场屡见不鲜的“先驱”沦为“先烈”的中国式“营销英雄”的下场。我们应该选择具有最优性价比的发展战略。

品牌就是中国企业一直在寻找的玻璃纤维撑竿。这给予中国企业尤其是产品旺销企业一个深刻的启示,当你的产品正获得绝对的市场优势时,应适时创新与改进,将现有的市场优势转化为品牌资源,将产品影响力置换为品牌资产。唯有如此,阶段性的市场滑坡才不至于演变为灾难性的“滑铁卢”。

品牌化,就是将现有资源予以转型、聚焦、整合的战略,让企业避开无效或低效的营销深坑。

欢迎订阅2010年度 中华读书报

光明日报报业集团主办

每周三出版

邮发代号: 1-201

国内统一刊号: CN11-0160

全年订价: 97.62元

地址: 北京市珠市口东大街5号

邮编: 100062 传真: 67078086

电话: 67078085

网址: www.gmw.cn

电子信箱: dushubao@263.net



- 要闻
- 资讯
- 出版财富
- 看法
- 书评周刊
- 人物
- 国际
- 电脑书城
- 国际文化……

文化盛宴 与您共享