

关联陈列，你做对了吗？

2016-09-21 解秀梅 中国药店

小提示

点击上方蓝色字体即可一键关注哦~



在说关联陈列之前，先说一下关联销售。关联销售是每一个药店人都关心并且为之努力的一个方向，关联销售既可以提高客单价，也可以提升顾客的信心和回头率（关联销售一定是建立在专业服务基础上的合理化建议，而不是强行推销）。

关联陈列当然是为关联销售更好服务的，关联销售是药店人利用自己的药学专业知识为顾客提供合理的健康方案，通过语言和顾客沟通，从而达成销售的一种方式。而关联陈列是通过一种视觉体验促使提高顾客的购买率。

整体布局

顾客进入药店一般都是目标性需求—买药，所以药品的陈列尽量放在卖场靠里面的位置，而在靠近卖场门口的位置摆放保健食品，可供顾客体验的医疗器械等。也可以根据季节的改变，做主题陈列。比如在秋冬做一些补品的陈列，人参、阿胶糕等商品的主题陈列；夏季可

以做防暑降温产品、清凉的花茶组合等主题展示；春天万物复苏，开始生长，空气中的花粉等过敏源增多，口罩是很多人出门的必备产品。因此，春天可以做防护口罩的主题陈列。

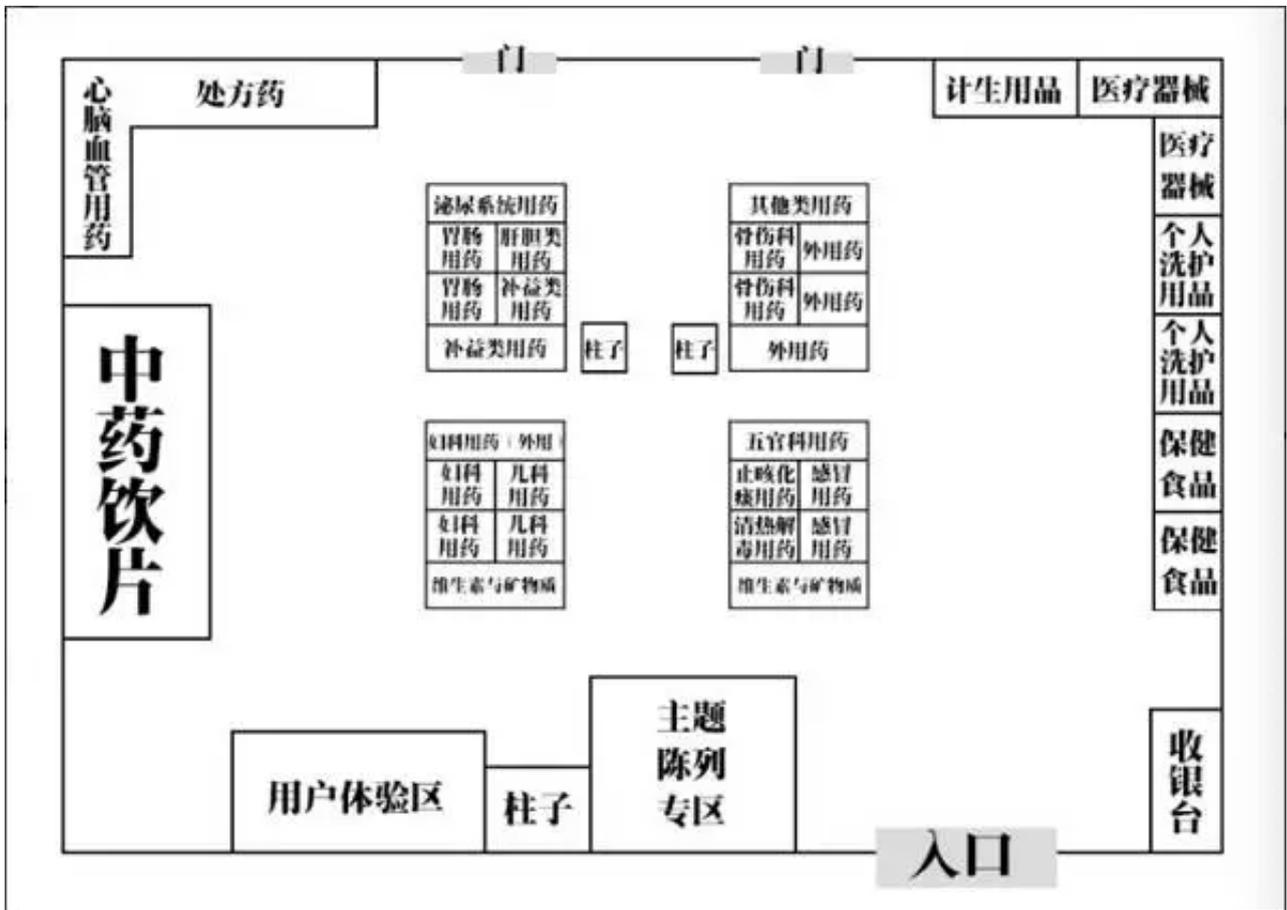
主题陈列的商品尽量采用堆头的陈列方式，堆头陈列更容易吸引顾客的目光，引起顾客的注意，让商品获得更高的曝光率，另一方面，堆头陈列，可以营造出商品热卖的气场氛围，促使顾客产生购买冲动。

按药品分类关联陈列

陈列的原则是基于关联销售来考虑的，是为了获得更多的连带性销售。比如一位顾客进店买感冒药，那他可能还有嗓子疼，咳嗽等症状，那么清热解毒用药、止咳化痰用药，在相邻的位置上，更方便推荐给顾客，同时关联销售的成交几率会大大提高。再比如骨伤科用药与外用药的相邻，妇科用药与儿科用药相邻，儿科用药与维生素矿物质的相邻，胃肠道用药、泌尿系统用药摆放在距离抗生素不远的位置。

没有一成不变的陈列，也没有最优秀的陈列，只有最适合的陈列，整体的关联陈列要考虑卖场的面积，卖场的结构，有时还要结合周边商圈人群的消费习惯，因店制宜的陈列方案才是最佳陈列。

附：门店平面布局图



黄金陈列线的运用

黄金陈列线：是人眼最易看到、手最易拿取商品的位置，是最佳陈列位置。一般在85-120厘米之间。药店的货架一般都是五层，黄金陈列位置通常在第二层和第三层，在黄金陈列位置摆放高毛产品，同时按照从左到右的顺序价格依次从低到高摆放。因为多数人的消费习惯是右手取货，所以将利润高的商品摆放在黄金位置的右侧，相比于其他位置，能明显提高销售额。

爆炸卡的配合使用

借助爆炸卡把联合用药的方案展示出来，例如药师推荐：宝宝腹泻—蒙脱石散+益生菌+丁桂儿脐贴。不要小看小小爆炸卡的作用，爆炸卡通常放在货架上，与所售药品距离最近，当顾客在货架前选购药品时，能够更直观地看到关联用药的组方。借助爆炸卡的展示再向顾客推荐的时候，成交率会更高。



长按上图3秒钟，识别二维码关注

喜欢的话就点赞吧！ ✓