

7—Eleven 的陈列秘籍

7—Eleven 是商超陈列的典范,其在商品陈列上有几个主要原则:要符合门店的整体形象和观感,要符合门店的促销策略,要适应季节变化,要便于顾客选购,要美观大方、富有艺术感,看似口号式的陈列原则却有着值得深入研究的门道。

■ 楠乡

好陈列至少能带来三个变化:一是让本无意进店的顾客为“一睹芳容”而进店;二是让本无意购买的顾客心甘情愿地掏腰包;三是让本来只想买少量或小件的顾客“满载而归”。7—Eleven 便是商超陈列的典范,其在商品陈列上有几个主要原则:要符合门店的整体形象和观感,要符合门店的促销策略,要适应季节变化,要便于顾客选购,要美观大方、富有艺术感,看似口号式的陈列原则却有着值得深入研究的门道。

上架商品要受顾客欢迎

同一类型的商品究竟该陈列多少品牌,是不是越多越好?

7—Eleven 进行了一次实验:在同一家店面相距较远的地方摆放了两个果酱货架,一个同时陈列了 24 种不同的果酱,另一个货架仅仅陈列了 6 款。经过便利店职员的观察和统计,一开始,大多数顾客都比较喜欢在有 24 种果酱的货架前选购,但一个月之后,陈列 6 种果酱的货架吸引的顾客越来越多,3 个月 后,几乎大部分顾客都涌向了陈列 6 种果酱的货架。这种改变的秘诀在于弃繁就简,提前为顾客做品种优化,让每一个上架的商品都是“受顾客欢迎的商品”。

众所周知,7—Eleven 的店铺面积非常有限,所以他们会 对每款商品尤其是主力商品的品牌、口味等进行反复挑选和比较,也经常



会采用上述陈列方法让顾客来决定上架商品,事实证明,大多数顾客在选购商品时只在意有没有自己喜欢的品牌,而不会在意商品种类是否齐全。

比起陈列一堆根本无人光顾的品牌,该陈列更为直观,顾客选购商品时一目了然,再也不用“左右为难”

或“找一样商品找到头大”了,这符合“便于顾客选购”的陈列原则。

即便对每个品类的产品精心挑选,在 7—Eleven,100 平方米左右的店面里依然有 3000 多种日用品,齐全的品类让顾客不会产生“7—Eleven 的货品单调而乏味”的念头。这 3000 多种商品陈列得井井有条、规规矩矩,店面看起来整洁舒朗,符合 7—Eleven“陈列要符合门店的整体形象和观感”的陈列原则。

三天更换 15 到 18 种商品

目前,大部分商超陈列商品时习惯使用等级分类法,即将同一类型的商品按照销量分为畅销品、平销品和滞销品,但该方法有着明显的缺陷:假设 A、B、C 三款商品同一天的日销量分别为 100、50 和 30,按照等级分类法,A 商品应该是畅销品。但是,如果 C 商品的库存只有 30 个,且一天之内售罄,那么究竟 A 和 C 谁才是畅销品?

这种情况下,商品该如何陈列?针对这个问题,7—Eleven 的做法是,读懂顾客心理,并以此为依据进行动态定价和陈列。

首先是定价,7—Eleven 的创始人铃木敏

文发现,商品销量可以随着商品价格的变化而变化,同样的促销活动、服务和商品,只要掌握了顾客心理,改变表现形式,就能发掘顾客的潜在需求和购买欲。以同一个品牌的沐浴露为例,7—Eleven 最初陈列了该品牌的两款沐浴露,售价分别为 25 元和 45 元,此时,价格为 25 元的沐浴露销量明显高于价格为 45 元的沐浴露,但随着 7—Eleven 将同品牌售价为 75 元的沐浴露陈列在货架上,销量最高的沐浴露变成了价格为 45 元的那款。

这种微妙的变化印证了一个规律,人们在选购商品时,如果无法对商品的品质做出判断时,通常会以“中间价位”为标准做决定。

其次是如何找出真正畅销品。在分析商品是否为畅销品时,7—Eleven 不仅关注数量轴,还关注时间轴,从 POS 系统中提取每款商品售罄的具体时间后,还结合该商品售罄的具体数字,从而得出最受顾客欢迎的商品和价位,由此来决定第二天货架上需要增减哪些商品、挪动哪些商品。

如何让如此繁琐且频繁的动态陈列具有可操作性?7—Eleven 的做法是每周出品一本至少有 50 多页的陈列建议彩图,内容包括商品摆放、招贴画的设计等,各个店铺可以在此基础上根据自己的实际情况微调。另外,7—Eleven 的职员和各加盟店店员每年春、秋两季都可以参加一次内部的商品展示会,学习标准化商品陈列方式及其半年内的商品陈列和发展战略。

此外,随着季节或者促销方式的变化,7—Eleven 还会按月或周对各个店铺做细致

京东阿里叫板配送机器人

京东、阿里巴巴开始在每个方面都进行对招,叫板。菜鸟、京东近日同时宣布推出配送机器人,共同争夺在智能末端配送领域的话语权。

菜鸟网络正式发布了一款名叫“小 G”的末端配送机器人。从菜鸟网络发布的实拍视频来看,小 G 是一台可以在陆地上行走的机器人,身高 1 米左右,大概能装 10—20 个包裹。只要通过手机向小 G 发出服务需求,他便会规划最优配送路径,将物品送到指定位置,用户可通过电子扫描签收。据了解,目前,这款机器人正在阿里巴巴总部熟悉环境,届时,数台菜鸟智能配送机器人将协同运作,在数十万平方米的阿里巴巴园区为上万名员工提供智能包裹投递服务。

而京东集团则对外宣布,自主研发的中国首辆无人配送车已经进入道路测试阶段,10 月即将开始试运营,明年有望进行大规模商用。



模商用。

“京东目前开始路试的无人车采用电能驱动,同时它的速度较低,在非机动车道上行驶,再加上完善的自动避障等措施,可确保行人安全,并可以保护环境”,负责智慧物流研发的京东 X 事业部总裁肖军表示,京东目前测试的送货目标是写字楼、

入微的商品陈列指导。周洋的陈列计划让 7—Eleven 平均每三天就会更换 15 到 18 种商品,其货架更是随着时间和季节的变化而不断变化,利用常变常新的商品陈列,7—Eleven 给顾客留下了货品永远新鲜且紧跟潮流的品牌印象。

特设货架推广效果好

常去 7—Eleven 的顾客都会发现,陈列在 7—Eleven 入口处第一个或第二个特设货架(一排长货架两端的窄货架)上的商品总能第一时间吸引购物者的目光,因为那里摆放的总是时下最流行、最实用的小商品,且价格不高。比如小容量的酸奶和谷物轻食包,或是新上市的发饰、肩贴等,这些商品通常是便利店内更换频次最高的商品。

特设货架的作用远大于你的想像。7—Eleven 商品部研究发现,大多数顾客在店内停留时间为 3—5 分钟,这么短的时间内,顾客不可能逐一浏览店内商品,但如果让顾客空手而归,顾客就会形成“7—Eleven 没什么商品可买”的印象,此时,特设货架的作用便凸显出来:随手拿瓶酸奶补充营养,试试新上市的唇彩颜色,来个饭团当早餐……这让顾客感觉“7—Eleven 价廉物美的小东西不少,买起来也挺顺手,这家店有点魅力”。

特设货架还为 7—Eleven 带来更多的业务合作。因为曝光度高,很多品牌商主动提出将自己的商品摆在特设货架进行推广,如果卖得好,7—Eleven 就将其升级为常规商品,陈列到正规货架上。如果卖得不好,没关系,特设货架还可以发挥打折促销的作用,绝不会让商品“死”在货架上。

每年年底,7—Eleven 会为下一年的特设货架做好 20 期陈列规划,依据主要是重大节日,或是针对某个特定人群。确定档期后,7—Eleven 会根据以往的销售数据规划与之相应的商品种类,并从中挑选经典款突出陈列。

比如在儿童节,货架上以儿童文具、学习用品等商品为主;妇女节自然少不了化妆品。

虽然特设货架目前在 7—Eleven 的普及率远不如普通货架,但因为好用又有趣,它在 7—Eleven 商品陈列中的地位正在提升。值得注意的是,不管是普通货架还是特设货架,其更换陈列的时间通常安排在每周二晚上,这符合 7—Eleven 在每周二向店铺发送新品的规律,也让顾客每周三早上对 7—Eleven 的新形象形成期待。

东风德纳车桥公司八项重点工作着力提质增效

日前,东风德纳车桥有限公司召开经营分析会,认真总结今年以来经营情况,深入分析各项经营活动面临的形势和任务,围绕提质增效,安排部署了八个方面的重点工作。

一是以市场为中心,创新营销模式,优化销售激励政策,以轻型桥、备件业务及海外业务为重点,在困境中找商机,在逆境中拓市场,向销量要效益。二是进一步加大新能源车桥产品开发力度及投放市场的速度,向新品要收益。三是开展制造过程能力普查和改善活动,进一步优化改善内外制零部件工艺,以保证产品特性在制造过程中的有效控制,全面提升产品质量。四是全面开展供应商质量提升工作,加强对供应商管理培训与效果评价,逐步建立采购物品免检及退出机制,确保采购物品质量。五是优化供应链,深化现场管理,提高生产线 QCD 综合竞争力。六是通过全面实施“营改增”、差壳线 DES 改善、优化备品包装及物流方式等措施,增加预算外收益。七是开展制造业务优化,聚焦核心业务,整合次核心业务,逐步淘汰非核心业务和部分次核心业务,未来五年逐步关闭生产线 91 条。八是稳步推进组织机构优化及用工结构优化,未来五年实现科级机构数量减少 30% 以上,准间接员工比例日趋合理。(韩世永)

管理日记

一次只表扬一位员工

■ 浩奇数位科技总经理 孙忆明

在计划奖励员工时,一些经理担心得罪员工或是孤立某人,所以他们倾向于集体奖励,结果不是仅使做出贡献的人失去动力,而且鼓励了平庸的行为。所以应该放弃对工作小组的集体奖励,尝试着这样做:列一张员工的表格,在每一次的工作例会上都表扬一位员工,频率可以是一周一次,或者一个月一次,直至每一位员工都受到表扬。而且表扬员工时不要泛泛地称赞,要对那些对公司和你都非常重要的行为加以赞许。

在你学会赞赏别人的时候,你会惊奇地发现这是多么简单,而且没有人被疏远。你也会发现自己越来越得心应手,即便是当场赞赏别人。

扬子塑料厂开展“我为管理作诊断”活动

“目前公司上下正在加强党建工作,加强对支部工作的考核势在必行。党委已经印发了支部工作月度考核办法,但在实际操作中,发现考核结果与绩效挂钩存在一些问题。建议支部的考核折算成系数,与支委的绩效捆绑,形成利益共同体。”这是扬子塑料厂党群工作科科长郭纪海提出的一条管理建议。近日,扬子塑料厂开展了“我为管理作诊断”活动,发动员工查找和诊断工厂管理方面存在的短板,提出改进建议,努力夯实管理基础。

为进一步强化全员参与管理的意识,畅通为管理建言献策的通道,扬子塑料厂发动全体员工,立足本职岗位,充分发挥“啄木鸟”的作用,全面查找诊断工厂各项管理中存在的短板和不足,提出改进建议,提高工厂综合管理水平。该厂要求员工结合所在岗位日常工作,查找、诊断制度、HSE 管理、工艺技术管理、设备管理、综合管理等方面存在的不足,提出诊断建议。诊断建议包括问题描述、产生问题的原因分析及建议采取的整改措施等内容,建议人填写《我为管理作诊断建议表》,通过 OA 系统提交厂部。塑料厂要求各车间、科室领导不仅要积极参与更要发动、组织、督促单位员工参与此项活动。对收集的建议,该厂将对每项建议内容进行审定,提出是否采纳的处理意见,以及建议的等级,并及时反馈给建议提出人。

通过开展“我为管理作诊断”活动,让每一个员工都为提升工厂的管理水平发挥作用,及时发现管理中存在的问题,提出整改建议,落实整改措施,确保安全生产。目前,该厂已收集建议 27 条,厂部将对所有提交并被采纳诊断建议的个人进行奖励。对建议的问题中肯、有效、可操作性强、能够有效堵塞管理漏洞、促进工厂管理绩效提升的,该厂将予以重奖。

(葛乃云)

图片新闻



张家港铜业公司：严把原料检验关

9 月 2 日,张家港铜业公司质计站员工正在对进口粗铜进行钻样。今年以来,随着原料采购量的加大,该公司切实加强进厂原料的检验管理,进一步规范检验工作流程,完善质检考核机制,不断加大对进厂原料的取样量,增加抽取对比样,确保来料品位的真实性和准确度。

杨学文 摄影报道

山东海纳：专注创新成就新材料行业标杆

山东海纳等离子科技有限公司(以下简称“山东海纳”)是一家以金属材料、焊接及表面改性工程领域高新技术研究为主导方向的高科技公司。据公司技术负责人介绍,新材料是各领域孕育新技术、新产品、新装备的“摇篮”,被列为国家七大战略性新兴产业之一。作为高新技术的基础和先导,新材料产业应用范围极其广泛,它与信息技术、生物技术一起成为二十一世纪最重要和最具发展潜力的领域。

从需求看,包括飞机、高铁、新能源汽车等重点工程,以及三网融合、物联网、节能环保等重要产业都需要通过新材料的研发不断改进提高,其他市场需求也在不断扩大,新材料产品进出口额逐年攀升。目前,政府通过各种专项计划及政策来支持新材料产业的发展,材料领域的项目数和投资金额在各项科技计划中都占有较高的比例,达到 15%—30%。市场需求的日益扩大和政策的大力支持,使新材料的研发在新兴产业中得到优先发展。

科技创新引领海纳发展

在山东省,新材料产业被列为“十三五”时期重点发展的主导产业,产业集聚已初显优势,其中山东海纳就是代表企业之一。

山东海纳始创于 2010 年,板块业务定位清晰,既立足专业,又合力向上。目前下辖两家全资子公司,分别是山东广达金刚石科技有限公司、青海海泉新材料科技有限公司,发展方向都是以金属材料、焊接及表面改性工程领域高新技术为主导。

据山东海纳公司有关负责人介绍,现阶段我国新材料产业发展仍不完善,产业发展水平与发达国家相比仍有较大差距,主要问题包括新材料自主开发能力薄弱、大型材料企业创新能力不足、关键新材料保障能力不足、产学研脱节且产业链条短、产业发展模式不完善等。

为了打破国外垄断壁垒,山东海纳以山东科技大学等多家国内著名大学材料工程研究所为技术依托,坚持科技创新战略,以新材料研发、生产及应用为基础,以等离子熔覆耐磨处理及各种管内外圆耐磨处理、精细熔覆技术服务为依托,以耐磨复合钢板为产品主线,建立了服务于冶金、矿山、煤炭、化工、环保、机械制造等多个行业的国内国际开放型合作平台,技术产品广泛应用于中煤集团平朔公司、山西同煤、陕西煤业、神华宁煤集团、徐州矿务集团等多家客户,并与平朔煤炭工业公司签订了长期战略合作协议,在技术服务、产品质量方面得到客户的认可及好评,在国内同行业享有较高的声誉。

企业经营过程中,山东海纳公司决策层不断摸索,探讨如何更好地突出重围,向更高更远发展。一致认为,在新的经济形势下,不断变换思路,积极谋取新的产品升级,才是企业最根本的出路。

山东海纳制定了“依托学科、科技兴企、服务社会”的企业宗旨,紧紧围绕“做精、做专、做强”的经营战略,把科技创新进步放在企业发展战略的首位,坚持走科技兴企之路。

新材料行业的新标杆

据了解,山东海纳董事长兼总经理王元宗最初创业是在房地产建筑行业,2010 年转型至新材料研究领域。当年 9 月份响应国家“转方式、调结构、促转型”的号召,以《“十二五”国家战略性新兴产业规划》、《节能减排综合性工作方案》和循环经济发展理论为指导,与山东科技大学、中国科技大学、齐鲁工业大学等科研院所建立了产学研合作。经过多年的潜心技术研发,这个当年的门外汉,在等离子熔覆耐磨处理、精细熔覆、耐磨复合钢板等领域均有所斩获,并取得实用新型专利六项,发明专利 1 项,先后发表了《等离子控制原位冶金反应技术与工程应用》、《等离子束熔覆强化技术及其在刮板输送机上的应用》、《高温等离子射流控制原位冶金反应技术及产业化》

等论文,为我国等离子技术的进一步发展奠定了理论基础,令业内人士刮目相看。2015 年王元宗被聘请为“中国金属学会特殊钢分会耐磨材料学术委员会第六届委员会委员”。

山东海纳经过多年研究、发展,先后被授予“山东省诚信文明企业”、“文明诚信民营企业标兵”、“山东省高新技术企业”等荣誉称号,通过了煤矿主要设备(检修)资质专家审核并取得相应证书,为企业的长远发展打下了良好的基础。

在山东海纳笔者了解到,当前的新材料产业存在着产业规模偏小、产业链条短、产品结构过剩、安全环保压力增大等问题。企业需要摒弃单纯规模扩张的方式,在产业精深加工上下功夫,实现环境友好型、资源节约型的发展模式,这是新的时期对企业发展提出的新的更高要求。

为此,山东海纳以实施节能减排、推行清洁生产为产业发展主线,以发展循环经济理论、工业产品再制造为指导,专注于等离子熔覆耐磨处理、精细熔覆等关键核心技术的研发,不断提升耐磨耐蚀复合钢板等目标产品的高附加值,替代同类进口产品,打破国外垄断壁垒,致力于打造“精而美”的高新技术企业。

(严玲 高秀伟)