# 我店即我家

来源：网络 作者：星海浩瀚 更新时间：2024-08-18

*我店即我家潘文富顾客进店以后的成交率，第一是店内销售人员的人为因素；第二，则是店内的现场环境因素了。那么，门店内部的现场环境，究竟是纯粹的营业场所？还是要兼带店老板一家的生活居所？这主要看店老板在这个问题上的考虑角度了。若是站在顾客的角度，...*

我店即我家

潘文富

顾客进店以后的成交率，第一是店内销售人员的人为因素；第二，则是店内的现场环境因素了。

那么，门店内部的现场环境，究竟是纯粹的营业场所？还是要兼带店老板一家的生活居所？

这主要看店老板在这个问题上的考虑角度了。若是站在顾客的角度，那就得当成一个纯粹的营业场所，要注意这几点：

1．干净整洁。

2．物品摆放有序。

3．空气清新，通风良好，温度适宜。

4．光线明亮，色彩协调。

5．淡化个体经营的痕迹，突出企业行为的规范化。

不过，在许多传统型的私营门店里，店老板更多是把门店当成家庭环境的延伸，我店即我家，把在家里的生活习惯也带到店里了，诸如：

1．家庭成员都在店里，老公在接待顾客，老婆在洗衣做饭，孩子在写作业，小舅子斜躺在沙发玩手机。

2．家庭生活用品与陈列商品混放在一起。

3．店里的冰箱既有在售卖的啤酒饮料，也有中午吃剩的饭菜。

4．在柜台或是商品陈列台上切菜配料。

5．在店里或是店门口点火炒菜，店里弥漫着油烟气。

6．家里的老家具与货架混放在一起。

7．老婆在看电视追剧，孩子拿个平板在看动画片，老板在刷抖音，店里好生热闹。

8．老板在店里供奉的神像。

9．收银台更是乱成一锅粥，POS机、小孩玩具、作业本、记账本、拆开的瓜子袋等混放在一起。

在这些在店老板看来，并无不妥，这是我的店，我的地盘，我想怎么摆放就怎么摆放。我在店里做生意，也在店里生活，所以生意生活是一体化的，或者是店里只是家庭的延伸，吃喝拉撒带小孩都要在店里（家里）。再说了，许多老顾客也经常来，也没说有什么不妥的。

不过，顾客可不是这么想的。普遍的来说，零售门店的装修越来越高档化、时尚化、专业化，最起码是规范化。这也必然导致顾客对零售门店现场环境的认知标准越来越高，再进这种店家一体化的零售门店，顾客直观的感觉是：

1．这家店是个体老板开的，个体户。

2．很陈旧，很LOW，老气横秋。

3．很不规范，随意化，甚至是粗放。

4．也不专业，很难保证货物品质。

5．甚至有进了别人家的感觉，没有购物时的轻松感。

6．销售氛围就别提了，更别提陈列的生动化和趣味化了。

一旦产生这些感觉之后，顾客在店里的停留时间和购买可能性就直线下降了，直接对生意产生影响。所以，从生意的角度出发，老板还是别再主观了，得要考虑一下顾客的感受，对门店的现场环境做些调整了：

1．生意是生意，家庭生活是家庭生活，一定要分开，别把店当家了。

2．店里不要出现明显的私营痕迹，而尽量突出是一家正规企业的直营店。

3．家人，或是与营业无关的人员，尽量不要在店里出现。

4．私人生活用品或是家庭用品，在店里也不要出现。

5．不要在店里突出自己的宗教信仰。

6．店面可以小，硬件可以旧，但要在现场陈设上，突出规范、专业、整洁、精致、生动。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找