

如何提高店铺销量

作者：有故事的人 来源：范文网 www.wtabcd.cn/fanwen/

本文原地址：<https://www.wtabcd.cn/zhishi/a/167749823930.html>

范文网，为你加油喝彩！

电脑上网卡-800米怎么跑

改变人生的32 句励志名言

2012年1月25日

QQ: 895686178



2023年2月27日发(作者：人事行政专员)

教您提高鞋店销量

鞋客在线

终端零售我们应留意:拿鞋店举个例子:开过鞋店的朋友应明白，生意会越来越难做，销售额越来越低，库存越来越大，代理商不断的埋怨...!

鞋店初开生意都很好，为哪些会越来越不好呢!我么分析一下：

1：店初开，产品款式多样

2：店初开，产品货号齐全

3：店初开，产品装修新颖

4：店初开，产品进货期短

5：店初开，服务态度周细

一年后

1：新款式比原来的新品减少20%~30%

2：店产品货号比原来有40%左右的号不齐全

3：店的装修在经过一年后，有好多新零售同行跟上

4：店经过一段时间的经营，人存在惰性，进货的周期拉长

5：店的服务是否如开始阶段一样周细，服务态度随着经营的时间会发生不好的改变

通过这五条的分析比较，就能得出结果，影响我们鞋店生意的主要是：

1.零售店的产品结构

终端零售的货架使用成本等于商品零售成本，也那就说，货架的实际利用率和我们的利润成正比。当我们把不畅销的产品摆放到货架上，我们的利润率就在减少;不畅销的产品当然肯定会有，但关键是我们怎样去处理，如果处理的好，也因为处理品会增加我们的潜在顾客群和店内的人气，也能加快新产品的销售流动周期和现金流。好多的经营者在处理滞销的产品时总是遮遮掩掩不能一步到位，这样就不能刺激引起顾客的闲时购买欲。处理滞销品要大胆，果敢，真正达到消费者想要的预期。如果不舍的大胆的处理商品，就会出现滞销品越积越多，最后影响到新品的货架占有率，也影响到消费者对新产品的选择，从而影响销售利润，也就影响到正常的经营，导致最后的经营失败!这是产品结构的问题。

2.服务态度

零售商开新店都能有一个很好服务意识，也可以非常的重视服务细节，但随着生意的慢慢做好，服务细节就会越来越忽视，对待顾客的侃价问题上，往往不屑一顾，或蛮横;对待卫生上，因为对环境的越熟悉就越麻木，服务顾客也不如刚开始周到细心，有时候甚至对不是目标顾客有一种漠视.....这些都是长时间经营带来服务细节的健忘，也是服务制度的不管理、不惯砌、不统一的一种表现!当然生意本来就差的零售商在零售上，一定任何时候都记住"顾客永远都是第一天进店!

另外，要把店做大，就一定要保持对市场的敏锐。

每天有很多鞋店开张，也有不少关门，大家在开店前很少有对自己要开个什么样的鞋店具备清楚的认识，于是匆忙装修，去当地批发市场胡乱进货，然后不研究如何定价，如何招揽顾

客，于是大家都卖一样的货，都随意的让价，因为你的货源和同一条街另一家是差不多的，利润自然很小，做好鞋店第一步就是要了解市场，了解消费者，了解流行趋势你才能保持遥遥领先。

鞋子的淡旺季销售须知

鞋客在线

一月：靴子最鼎盛的世界，气候严寒，冬鞋买价高，利润高。元旦假期，双休日疯抢场面不断。此时一些礼品及促销活动,增加店里面的一些人气,会收到一些意想不到的效果

二月：春意渐渐苏醒,工厂鞋版逐渐上市,此时适当调低冬靴的价格,配合一些促销活动,折扣活动,销量也不会少.

三月：卖单鞋疯狂的季节。长靴开始甩货，春单鞋陆续批量上市，单鞋销量大大增加,靴子销量逐渐开始减少

四月：单鞋销售疯狂季节，属于销售高峰期,和客人建立良好的关系,生意自然节节攀升..

五月：单鞋过度凉鞋交替季节，销售高峰期在五一长假，双休日。此时天气气温逐渐偏热，鱼嘴鞋,低跟舒适款凉鞋走量大。

六月：凉鞋销售季节，属于销售淡季。天气气温偏热，客人不愿意出门逛街.此时你要想尽办法做活动.礼品,sale不可少.好的礼品及活动能为你带来不少人气。

七月：凉鞋滞销季节，女鞋销售基本停滞不前，建议适当调低凉鞋销售价格,以保平稳度过销售淡季。

八月：凉鞋滞销季节，单鞋少量上市。此时会引来一个单鞋的销售小高峰期;此时天气也比较闷热，凉鞋依然可以销售，现阶段建议下调凉鞋价格,活动礼品一个也别落下为建立老客户打下基础。

九月：凉鞋向秋单鞋过度季节，也是淡季过度旺季的季节，此时天气开始降温，日夜温差较大。凉鞋清库，秋单鞋全面上市。此时消费者多有持币观望心态，故人多成交低。此时各位钟应当心态平稳，不焦不躁，积极调整好店内的货品和陈列，准备迎接旺季。

十月：秋单鞋销售季节，女靴上市，此时气温适中，日夜温差大，秋单鞋全面热销。同时，由于十一黄金周的来临，靴子开始上市，也有一个购买小高潮。消费者疯狂购物期集中在国庆长假，人多，成交量高。单鞋价格适中，利润适中，故需配合促销来最大限度加大成交量，充分利用国庆来跑量（同时，也可以拿点经销商的调价鞋，进行促销）;活动促销比不可少。十月的销售旺季主要集中在国庆前几天，长假过后由于消费者地心理疲劳，还会出现一段销售低谷，所以希望各店主充分利用起国庆长假做销售...

十一月：鞋子秋冬平稳过度季节，属标准旺季。具体销售日期在双休日，傍晚时分。此时气温逐渐降低，单鞋甩货下市。靴子，毛鞋大量上市，价格高，利润大。

十二月

：靴子最鼎盛的季节，靴子全面上市季节，属疯狂旺季。女士们疯抢靴子的季节,此时天气寒冷，靴子，毛鞋卖价高，利润大，节日期间配合促销提升靴子，毛鞋成交量几乎80%。

以上季节划分是根据伊薇儿女鞋批发网本地季节气候规律，配合综合实践经验分析所得，由于受全球气候变暖影响，所以望各位大钟根据当地实际温度变化而灵活运用！

时尚女鞋店如何装修设计

鞋客在线

经营鞋店，大家往往着重于鞋店装修进货营造声势，或富丽堂皇或开发渠道，有疯狂促销有活动不断，总之，花大手笔就是为了多多卖鞋，多多进帐。

下面介绍的就是卖场设计的要素：

1、卖场的色彩要统一，女鞋和装修色彩要很和谐的融为一体，让人一眼就能看出你卖场的主色调，但我这里说的统一不是让女鞋和装修色彩完全一致，那样会让卖场显得很单调呆板，应该让局部有对比并服从整体。女鞋卖场的色彩要有女人味，淡蓝+白、红+白、紫红+白、驼色+白、白、黑+白等都是不错的选择，买场的线条要流线、纤细，灯光柔和，多点镜子（女人天生爱照镜子，当你这里镜子多的时候，就算他们没有看你的鞋也会把她们吸引过来。）

2、灯光的目的性。在女鞋卖场中灯光起着关键的作用，同样一对女鞋打光和不设灯光出来的展示效果完全不同，特别是一些单件展示的高档女鞋，一定要用射灯进行烘托。灯光的颜色也要适当，蓝色光给人很冰凉、冷酷、迷幻的感觉（卖凉鞋、拖鞋），黄色的灯光，给人很温暖的感觉（卖秋鞋、冬鞋）。

3、在做鞋店装修设计时，一定要根据自己产品的特色和目标消费群体的特点进行设计。其中特别要注意通道设计，不要有过多的回旋环绕，要让顾客能在无意中参观完所有的商品。有通道的地方，要别出心裁地设计一些吸引顾客的东西，把不利变有利。此外，货品展示或前台设计方面，不要让顾客产生有障碍的感觉。

4、商品陈列是很关键的，如果能够让顾客一目了然，容易挑选、购买方便的话，无形中会促进销售。所以陈列商品要分类妥当、摆置整齐，方便消费者能不费力地找到自己想要的产品。

5、招牌与橱窗。常在街头看到某些鞋店，店堂靓丽，装修豪华音乐喧哗，广告传单铺天盖地，但看过归看过，仅仅是一瞥而过而已，留不下什么深刻的印象。事实上，好的招牌，个性的店名，整洁的橱窗，往往更能代表一个商店的特色。店铺装修环境和氛围是很重要的，直接关系到消费者对你店铺的印象，关系到你鞋店的经营业绩。

总之什么样的卖场，就可以卖出什么价，不要吝啬你的卖场装修，以

为它可以为你提升女鞋的价值。同样一对女鞋，放在黑大理石上然后打上一盏精致的灯光它可以卖到500，如果它放在随便一块木版上，它顶多卖50。

开鞋店如何选址

鞋客在线

一般来说，经营好的鞋店一般选址都很不错，它们有一些共同的特点，主要具备以下几个特征：

（1）商业活动频率高的地区

这种地区一般也是商业中心、闹市区，商业活动频繁，则营业额必然较高。这样的店址就是所谓“寸金之地”。在这类地区，物流快，对于女鞋业来说，女鞋的流行趋势变化很快，如果商品流动慢，则有可能在女鞋没卖出去前就过时了，所以商业活动频繁的地区对女鞋店店址的选择来说是绝佳的地点。

（2）人口密度高的地区

在居民区附近开店，人口比较集中，人口密度较高，则人们进店里的频率相对高，生意好做。在这类地区，各年龄层和社会阶层的人都有。则对于卖哪种款式或类型的女鞋的选择比较容易，都会有较多的顾客。而且，由于人口的流动量一直都很大，容易了解每天的销售额，因此销售额不会骤起骤落，可以保证店铺稳定而丰厚的收入。

（3）客流量多的街道

店铺处在这类街道上，客流量大，光顾店铺的顾客就相对多。但要考虑街道哪边客流量大，还有

一些地形或交通的影响，以选择最优地点。对于一些客流量多，但是因为是交通要道，客流都是上下班的地方，则不是女鞋店地址的很好选择。

（4）交通便利的地区

要交通便利，顾客才愿意光顾，愿意坐车去。一般来说，附近有汽车站，或者顾客可以步行不到20分钟的路程可到达的店铺是最优的。

（5）人们聚集或聚会的场所

如在剧院、电影院等娱乐场所附近，有时会吸引那些休闲娱乐的人到店里闲逛，就有许多人会买。女鞋的流行快，样式多，只要能购进独特款式的流行的女鞋，人们就会因在别的地方买不到而买下它。而且来这类娱乐场所的大都是年轻人，他们追求时尚的心理很强，所以，在这些地方开一家时尚的女鞋店，会吸引大批追赶潮流的年轻顾客。

（6）同类店铺聚集的街区

对于女鞋这类选购性商品，若能集中在某一地段或街区，则更能招揽顾客。因为经营同类商品的店铺很多，顾客可在这里有更多的机会进行比较和选择。

一般来说，具有两个以上条件的地区就是好的地点，如果能全部具，则是最佳的鞋铺店址。但是具有这些条件的地点一般租金都会相当高。店主不要被较高的房租吓倒，而要认真分析投入这笔这笔资金能带来多大效益。 —

般只要开店构想对了，都是高投入高回报，所以要舍得在店址上投资。

其实好店址的高租金并不是一天两天形成的，也不是任意可以抬高的，它是房东和租主在长期利润分成较量中形成的契约，租金高到租主无钱可赚，那么再好的门面也租不出去。可见，好店址虽然寸土寸金，但正常情况下赚的钱总会大大超过租金，并有利可图。

因此，花大钱开个大店铺，不如花大钱找个好店址。当然，高租金增加了经营成本，也增加了经营压力和风险，必须得好好盘算投资项目，如果没有金刚钻，就不要揽瓷器活。如果实在是初期资金不足，且其他地区也还有好店址，只要能经营得当，也一样有利可图。

鞋店陈列技巧

鞋客在线

鞋店是舞台，鞋子是表演者

除了仓库式量贩店之外，大部份消费者相当重视鞋店气氛，但是什么是“鞋店气氛”呢？

气氛包含了店内装潢、通路大小、颜色、灯光、鞋子摆设，最后再加上店员的服装、态度等。本章主要在讨论鞋子摆设的基本构造。

如果贴切一点，鞋子摆设改称为鞋子演出会好一些。人一生难得登上舞台几次，上舞台前一定会仔细地妆点自己，并人前人后问一问自己好不好看，态度是无比的谨慎。同样地，今天我们将鞋子拟人化，鞋子如何将本身妆点的深具卖相，也要十分卖心。

(一)整理，陈列与表现皆有准则：

一般消费者很少进入鞋店之后就决定要买那一双鞋子，通常进入鞋店之后会大致打量鞋店整体之

后，才开始观看选购的鞋型种类，所以针对消费者的习惯，下列三种鞋店区域一定要加以区分：

- 1.对外的橱窗展示区域。
- 2．鞋子陈列区域(店头陈列)，销售陈列。
- 3．鞋子妆点区域(鞋子展示，商品演出，店铺整体表现，视觉吸引区域)。

另外要注意鞋店终究是一个贩卖鞋子的场所，一切布置要秉持容易看、容易懂、容易拿、容易触摸的原则。

整理及整顿：

整理是为了让消费者容易了解、观赏鞋子，经常整理自然就可保持清洁，而整齐的鞋子自然会表现高级感，反之则显得低级。整顿则是依照物品的特色，如颜色、素材、价格等分门别类整理。

(二)陈列架应从中段往上及下一段整理：

一般在摆设商品时，店员会从上往下，或从下往上，这样的作法到了第三层时总会有对不齐的感觉。

所以整理及摆设时应从中段开始，以中段为基准，上下段就可以有标准来对齐。

(三)鞋子陈列数以基数为准：

奇数无论在古今中外都被采用着，应用的范围极广，因此鞋子陈列数目也应用奇数排列原则。

(四)阶梯式重复陈列法：

这个方式可使消费者对鞋店的鞋子一目了然，

无论是大卖场或小商店都可适用。

(五)特性相似者分组陈列：

人都有分门别类的习惯，消费者容易了解，鞋子看起来也很整齐，鞋子的分组基准有下列几种：
1.外形2．色彩3．材料4．功能5．品牌。不像其它商品，同一尺寸的鞋子却不适合陈列在一起，否则试穿时会引起极大困扰。八)陈列顺位应由左至右，由上至下，由前至后。

(六)三角形立体陈列的原则：

与平面比起来，立体的物品总是令人注目，在可利用的空间范围内，尽量使用立体陈列的技巧，或者作交叉陈列。

(七)留取空间陈列法：

一味地将所有空间塞满的陈列作法，虽然有效地利用了空间，但却给与消费者拥挤、压力、产品品质低下的感觉。

留取空间有下列几种意义：

- 1．力量充实
- 2无法以言语表达的精神意味
- 3．传递某种感觉
- 4．无形
- 5．沉默

因此鞋子与鞋子之间，整体构成都应考虑到留取空间。

(八)善用框框效果：

珍贵的相片或图画人们都会表框起来，不仅有保护的意味，也代表着重点、突显，强调。因此将橱窗的商品用框框起来，必能吸引行人的目光。

(九)利用光背效果，屏风效果：

在鞋子背后设置光源，会令人产生神佛的崇敬感，称之为光背效果。或者在鞋子背后布置单一颜色的背景，将鞋子形象突显出来，称之为屏风效果。

(十)万绿丛中一点红的效果：

一群鞋子中有双特殊的或颜色不同的鞋子，会特别吸引消费者。

(十一)空出重要商品的空间：

美术馆中收藏品之间的距离很宽，观赏空间大，不只衬托物品的高级感，也可让人专心观赏，这种演出方式特别适用于高级品。

(十二)美丽的鞋店与鞋子吸引消费者：

凡是人都喜欢美丽的事物，因美丽的鞋子与鞋店本身就可以吸引消费者，但是不要忽略陪衬的其它鞋子及附近的鞋店的外观必须能协调，否则会产生不搭调的现象。

(十三)与话题、情景、生活回忆产生关连：

人类美好的回忆是生活感觉快乐、幸福的泉源之一。鞋子的陈列如果能令消费者产生话题，塑造

其所梦想的情境，必比引起消费者购

鞋店运营数据分析表

鞋客在线

把这张表摸透了，你的鞋店想不赚钱都难。

开鞋店在定价销售中需要注意的问题

鞋客在线

对于开鞋店定价销售的问题，人们有很多讨论，有的靠实价来留住老顾客，生意还可以。有的则尝试开实价的时候，有顾客觉得砍不了多少价就不愿意买。那么。蕴含其中的究竟是什么原因呢？首先说明一点，这里说的开实价，并不一定是指分文不变，而是指开的价格比较实，没有多少的砍价余地，有时候抹个零头这种事，对零售店来说还

是必要的。

鞋店开实价的优势有这么几个：

一、建立和维护形象。特别是高档鞋品牌，有的甚至从不打折，目的就在维护品牌的形象，试想

如果一个品牌的鞋子从来没有打过折，并且广为人知，那么穿这个鞋子的人也就越能凸显身份，因为这个品牌的鞋子从来不会有低价货。越是这样的品牌，越是定价高而且从不松价，那砍价也无从说起，甚至会员也不打折，而是直接送其它礼品。这一点，对于不少鞋店主来说，其实是需要具备大气魄的。

二、以建立系统经营的目的。这里所谓的系统经营是开分店，请人来销售，这里就有一个难点，如果打折砍价，那有时候不能知道分店请的人到底是以什么价格销售出去的，所以明码标价的目的就在于便于。我们的店主们，如果开到有分店的时候，就可以考虑实价经营，这里的实价是一分不少的那种卖法。

三、显示公信力，留住老顾客。这一点，是我们的鞋店最要关心的。砍价带来的好处就是让顾客感受到砍价的快乐，也让自己有能力把握好利润。但这种顾客是注定没有忠诚度的，以砍价为乐，并且从不嫌麻烦，回头会比较难。而且对我们的鞋店主的耐心是极大的挑战，对付这种顾客的帮手店员也不好找。这在生意好的时候可能不是什么大问题，但要想长久稳定地经营，这简直就是一个挑战，甚至店主哪天心情欠佳，都会直接影响到讨价还价能力的发挥，从而影响店里的营业额，店主的精力也会极大的花费在如何与顾客“斗智斗勇”这一方面，不便持续做大。那这个时候法宝就出来了，实价经营，很好地解决了以上问题！我们的客户中在淡季也做得不错的，基本上都是这一类。

但就算你很想做到实价经营，如果你没有满足一定的条件，是不大可能展开的，小鞋店想做实价经营，有这么几个前提：

一、你的价格确实具有优势。这是绝对前提！如果你标出来的实价根本就不具竞争力，那要想做实价经营，基本是不可能的。实价标示，意味着不能再低了，那这个价必须是有吸引力的，其实这里有一个优势，就是别的店标的是虚价，你标的是实价，无形中给顾客一种你这里更优惠的感觉，而且你要知道，就象有很多店主不太喜欢和顾客讨价还价一样，更大部分的顾客其实对自己的砍价能力是更没有底的，你这里如果不用砍价就给出他们能接受的价格，这部分顾客就很有可能成为你这里的忠诚顾客。其实砍价对顾客来说也是一种压力，实价也是释放他们这种压力的一种方法。当然，你要做到价格有优势，那货源上你就要多动脑筋了，与别人一样的货源，很难让你能做价。

二、

你的服务必须要到位。如果你的顾客并不以砍价为第一需求，那并不是说就不能让她们有购物的乐趣了，喜欢实价的人，有一些实在的需求，比如一种氛围，一种不需要她去争取就能有的服务。比如主动地赠送小礼品，主动地给她们会员卡，主动地给出促销折扣价，态度亲和一点更好。你的整个店和店员需要体现真诚，让顾客感受到这里不需要砍价的事实。

三、你的货要与周围的同行有区别。这里说的区别倒并不是说怪的款式，同样的风格，但只要你周围的店里没有就行。这个原因很好理解，如果货相同，你给出的实价，别的店可能可以砍下价来，两相比较，别人就会得出结论，说你这里一样的货还死不打折，而且价格也不好，这样影响很不好。所以既然是实价，就要不怕比较，如果不能做到不怕比较，就要做到让别人无从比较。有些区别，就可以让别人没法横向比。所以你的实价就可以做起来。当然，无论是不是实价，货与众不同都是很重要的。

四、你要会实价经营的销售方式。不同的经营思路，需要的销售方式是不一样的。要注意销售方式上的区别，利用好优势，回避不利因素。比如说特价商品、让利促销、这些东西你都可以大大方方地直接大做广告，这在能砍价的店里就是不大方便做的，而你正好可以大加利用，价格战上完全把握着先机。整个经营安排上要围绕着“回头客”这个理念来做。

需要注意的问题：

一、如果你以前并非是实价经营，刚开始尝试的时候，几乎可以肯定会受到一些冲击，很大原因来自你的行为习惯很难一下子转变过来，另外就是你以前的顾客群也不是这一种类的，这些顾客群再来的话，因为与你现在的经营模式是格格不入的，势必会对这种不讲价的经营方式有些说道，这也是必然的。这需要真心的去转变，也需要一些时间来等待。

二、真诚面对你自己，你的个性是不是喜欢这种经营方式？其实不同的经营方式只是适用于不同的实际情况而已，并没有好坏之分。不要因为一个概念而放弃自己的优势面。店主本身的因素，是其它一切外因无法替代的。要从你自己的实际出发，选择自己应有的方式来经营

开鞋店的十大误区

鞋客在线

开鞋店的十大误区

十年前放下铁饭碗下海做鞋,从员工到主管,从主管到总管(监),从总管(监)再到自己创业开店,可以说是水到渠成,鞋店一年比一年多,生意比一年好.一路走来,看到同行失败的比成功的要多;亏本的比赚钱的要多.俗话说:隔行如隔山.我的以下建议对一些正要开店的、或者正在开店生意不好的朋友可能有一定的帮助，起到少走一些弯路的

作用。

一：忌讳冲动性的人开店（结了婚的人除外）

冲动性的人如果没有一个好帮手就不适合开鞋店，这样的人在选店、进货、销售、甩货中可能由于一时冲动而失去一个机会，开店的把关人一定要有定力；沉得住气。

二：蒙着头进货

1：定位线不准（不知道到底是卖品牌好还是卖散货好；卖时尚的好还是土气一点的好；卖价格

高一点的好还是便宜鞋好。大脑里面一片空白)

2：产品组合不好（不知道自己的店里高跟的要进多少、平跟的要进多少、方头的要进多少、圆头的要进多少、带钻的要进多少等等，到了批发市场一看哪一家都可以，哪一家的都不错。到时进回来一上柜台啊，很难看。不是雷同的太多就是不成一个系列，不是没有品味就是过于夸张。）

3：贪便宜（俗话说：一分钱一分货，为什么大家在生活中喜欢品牌货啊，因为品牌货好啊。你仔细想一下品牌货好在哪里呢：“耐用”、“安全”、“好用”、“做工好”、“经典”。首先说“耐用”--只有做工好、材料好、你自己保养好了才耐用啊。“好穿”--鞋子好不好穿,打不打脚主要是跟鞋子的楦头调得到不到位,如果生产商把楦头调到位了,高跟鞋也好穿的.其次就是做工到如果不到位,要修边的修得不圆顺也不好穿,最后就是材料用得恰不恰当,好鞋子一般都是经过多次试脚后才大量生产的,如果不好穿,设计部门一定会修改.最后就是自己的脚型正不正常,如果是扁平足、畸型脚，你好多鞋子穿到脚上都不舒服的.)

三：糊乱标价 现在大家买东西都知道货比三家，你一定要做到你的鞋子同别家一样的时候你的价钱不能比别人高。这个是基本，最好是比同行的价钱一定要低，这叫价格优势。这个就要了解市场。

四：冲动打折 好多开店的朋友，一看到别家的鞋子卖得好，自己家的鞋子没有卖动，一着急就打折甩货。你不想一下，想买你的鞋的人、试过鞋的潜在的客人一定会记得你家的价格，没有几天你就打折了，他们就会想你是不是还有降价的机会，于是就会等待、再等待。

五：过于保守不敢抛货 好多的朋友在开店的过程中过于保守，对于一些上柜1个月都没有卖动3-5双的款式一定要敢甩货，这么长时间没有卖动，一定要想办法去甩掉，就是亏一点也行，不要把自己的资金全押在库存里面。

六：不爱盘点

不论店有多大，不论是自己经营还是请了人来打理，一定要对自己的店里每天销售情况和库存明

细有一个详细了解。对于一些卖得好的款式要急于补码，不要等到有人买了才发现断码了没有货了。这一点好多人做不到，我所知道的大多老板只知道每于问店

员今天卖了多少钱啊，不知道问今天卖了哪几个款，哪个款还有多少。我是自己用一个小笔记本记了一个进货明细，第天店长都会把卖出去的款号，颜色发给我，我自己冲减库存，一发现有卖得好的款式，库存不多的时候我就马上补码。

七：不爱巴结供货商

在我们没有做大做强的时候，特别是对于我们一些刚开店的新手，你们一定要学得多去和你的上家，特别是有好产品的、价格合理、品质不错、发货及时、服务到位的供货商搞好关系，你要知道你现在是在求他，不是他在求你；对一个好的商家好说：有你则好，无你也行。如果关系搞好了，我们在补货时就会比别人快一些，这样你的银子是不是要多一些啊。

八：只会跟风进货

好多开店的朋友不爱相信自己，看别人家的鞋卖得好，或者说有哪些朋友说什么鞋子卖得好，就在进货时一味跟风，不管你好不好，进回去再说。有一些别人家卖得好的不一定你就卖得好，一定要了解自己当地的市场这才是最重要的

九：不关心流行趋势

做鞋一定要了解流行趋势，因为流行是有一个过程的，不是这个月流行下个月就不流行了，一般来讲流行的鞋款至少可以持续2个季。这一季哪一家的货品或者是哪一个牌子的货品有一个什么样的风格卖爆了，哪么一下季的时候你可以进一些，至少会卖得掉，不会造成库存。

十：不关心服务

1：内地开店有老板好多都不注意这一点。更有些人是没有发现这一点，现代的人不一样了，俗话说；好多人就是进你的店觉得很“爽”，不买都不好意思。如果这次不买，哪么她下次来的时

候一定会再来看看，一个好的印象。

2：对于修鞋或退货的服务做得不好，好多人喜欢卖散货，她认为不要三包。卖出去的东西不会有太多的人来找她。

其实顾客更多的时候是在买你的服务和态度，中国有句古话，吃亏就是占便宜。

开女鞋店的小技巧

鞋客在线

给大家分享点时装鞋店的小技巧。

1。店里摆鞋版的时候都是36码，大家知道为什么要摆36码吗？并不是因为36码的人多，方便试鞋，而是因为设计师在设计鞋的时候，是以36码为模板的，鞋跟和鞋长的比例，鞋花的位置，都会非常精确，所以36码的鞋子是最漂亮的，鞋子的比例是最协调的，而其它码，都是根据模板相应扩大或缩小，比例就发生变化了（即鞋跟和鞋花的大小不变，但是鞋的大小变化了），所以一定要摆36码脚，我们零售店以前进货都是把36码的加多一双，就是为了尽量摆36码的版，鞋子漂亮了，自然增加顾客的试穿几率，成交率也会大的多。

2。鞋子的最闪亮的地方一定要对着外面（流

苏，钻口，拉链等），因为那是鞋子的卖点，在遵守这个条件的前提下把鞋头朝右边，这是人的一个视觉习惯，这样摆放会让人看着顺眼，不信的话你可以去耐克李宁的专卖店去看，都是统一朝右的。

3。很多卖家尤出于节约空间的目的，试鞋镜简单的做个小小的三脚形斜镜子，小气的只能照到脚的那种，以为只要能照清鞋子上脚的效果即可。其实不然。我的做法是：镜子做成长120-140cm、宽20-25cm的形状，在离地20-30cm的墙面上安装，边框可包上一些图案。细长的镜子可以把人照的显清瘦与挺拔，宽短的镜子就肯定把人照的臃肿肥胖。这样设计，明明很粗的腿很大程度上显细，穿鞋的效果明显变好，本来很一般的鞋子都会变不一般些。而且能照出全身衣服与鞋子

的搭配来，购买的成功率大增。

4. 大部分零售店主都不会低于进货价处理自己的鞋子，因为不想“亏本”，实际上这是目光短浅的表现，如果你店里摆了50个款，有40个款卖的一般，有10个款是滞销款，那么，你应该毫不犹豫的把这10款鞋子处理掉（在店里弄个花车，写上断码鞋处理或特价处理），然后再去换10个款，这样你就相当于有60个款在卖，而且有特价鞋能吸引更多客户，如果你一直把这10个滞销款放着不动，相当于店里只有40个款在卖，而且老式过气的款会降低顾客对店的整体评价，所以，该处理的时候一定要处理，不要犹豫。

更多 在线阅览 请访问 https://www.wtabcd.cn/zhishi/list/91_0.html

文章生成doc功能，由[范文网](#)开发