**第四周培训总结**

谭经理给我们培训了药品陈列，收益颇多，以前对陈列一窍不通的我有了更深的一层的体会，那就是药品陈列对销售的重要性。药房再大，品种再多，陈列不到位给人的视觉感受也是不好的。要让顾客在药房买药时享受到优质的服务的同时，环境的优劣也是一个很关键的因素，这就要依赖于门店的陈列！

 药店的商品陈列和超市相比有其特殊性，超市不同品类的相关产品可以近邻陈列，其商品陈列方式是采取“无缝化”原则。而药店由于国家药监主管部门有明确规定“四分开”原则，又因为药品特殊的治疗作用，必须保证其安全性。为了避免顾客拿错药或员工发错药，药品一般都是采取“有缝化”陈列原则。所以相对陈列的美观度也会较综合超市要差一些！药品的最佳位置是与眼睛视线成直角的位置，顾客的眼睛以下到胸部是最有效的高度，对这些黄金面积必须充分地利用，防止空置浪费。另外在橱窗摆设中还要注意合理的布局，尽量减少边角、死角，增加商品陈列的有效面积。学习完后回到门店我就进行了调整货位，首先将门店中心位置的端头部位空了出来，将现在热卖品种儿康宁摆放了出来，由于药品体积较小，不容易引人注目，所以必须使小商品和形状固定的商品成群地陈列，将其堆为塔形，集小为大以造成“声势”。另外形成看似凌乱实则规则的排列，可以利用视觉误差，造成品种丰盛的感觉。再贴上POP增加其醒目度，另外端头的水平位置与顾客视线的位置基本处于平行线，顾客能一眼望见，从而增加了购买欲望。将货位调整以后，果然让我们尝到了一点甜头，儿康宁的销量上涨了。虽然目前的销量还不是很理想，但我相信通过进一步的宣传，会提高一个层次的。

学习在与运用，知识在于积累，通过学习才会成长。感谢公司给我这次学习的机会。

 总结人：光华村店D3号胡艳弘

 2015年1月4号