



距离过年还有

08

天

快递小哥就快回家过年了,然后超市就要挤爆了。

天天逛超市的我们,有没有想过超市为了留住我们以及我们的钱包悄悄做过哪些小动作?当然想过。

网上关于超市的潜规则和小细节的帖子多如牛毛。不过这些不一定都靠谱,有些规则和细节就算有理,但超市里却很难看到。下面,就让我们从这些规则和细节里挑出几条放在南京的超市里,看看有哪些让南京人在超市里“买买买”了,哪些没有。

现代快报记者 吴双

那些让你“买买买”的超市小细节

排队结账能刺激购买欲望

网上有这样一种说法,“困”在长长的结账队伍中的人,会增加购买周围货架上糖果和饮料的几率,这种说法是否靠谱很难说,但现象确实很常见。

除了收银台前的商品摆放外,暴露在顾客面前的诱惑越多,他们就越可能经不起诱惑的考验,就像排队时顺手拿块糖一样。这就解释了在超市里,为什么一些像速冻食品和调料这样的日常商品会被放在一些较靠后的角落里,因为这样会迫使顾客穿过其他许多充满诱惑的商品之后,再去买这些食品。

除了排队,网上还有蔬果会放在靠近入口或者一楼位置的说法,这么做是为了让人以为买了新鲜健康的食物后,可以肆无忌惮地买些垃圾食物。蔬果经常摆放在一楼是对的,但摆放的目的就有些牵强了。顾客在逛多层的大超市时很多会从楼上开始选购,最后回到一楼买蔬菜和水果,相信没多少人愿意带个装满蔬果的篮子再往楼上跑。



就是让你往左走

前面说到迫使顾客穿过很多商品还不算完,为了让顾客能够多接触商品,超市还会规划好客人的行动路线,比如顾客进入超市后会不自觉地由右往左走。

为什么让人往左走?有两种说法。一种说法是,超市的动线让人习惯从右至左移动,这样大家会倾向买擦身而过的右侧物品,通常最贵的东西摆在这。另一种说法认为,超市的商品越往左和

后对于日常生活就越重要,而且陈列架一般不会横向摆放,这样顾客就无法轻易从陈列架间横穿超市。这样需要买日常用品的顾客就须将整个超市逛一圈。

两种说法似乎都有道理,以三山街某超市为例,整个超市的内部向左凹进,最右侧部分货架上卖的是饮料酒水,货架对面是牙刷牙膏;超市的最左侧卖的是速冻食品,对面是油盐酱醋。超市最里面卖的是卷纸、拖把等物品。



超市的宣传颜色

经常逛超市的人可能会发现,超市从打折传单到很多细节都偏爱以红色(较少的是黄色)为主色调,很多人以为用红色和黄色看上去喜庆。其实超市用红色是为了突出打折,当顾客习惯红色等于促销的颜色后进入超市,红色的打折标语就能快速吸引顾客的注意。有些红色标志不一定就是折价,可是根据习惯,顾客还是会认为它便宜选择购买。

以记者常去的丹凤街某超市为例,

超市的标志及手推车都一律以红色为主色调,促销标志也多为红色和黄色。

关于超市的颜色,网上还有说法,认为暖色装潢和音乐能让顾客停留久一些,购买更多东西。这个说法似乎不适合南京,因为南京的超市大部分都是白墙白灯,没几家是以暖色装潢为主的。至于音乐能否留住顾客这个问题,不知道有多少人会喜欢在超市里听网络歌曲,还是通过喇叭放出来的那种。



超市的摆放

超市陈列分如下几个方面来遵循:货架陈列——超市货架从上到下一般分为上段、“黄金段”、中段、下段四大段位。

其中“黄金段”是最能吸引顾客消费的段位。一般会把利润较大的商品、自有品牌或是独家代理商品摆放在“黄金段”和中段,这两个段的高度是人的视线最容易看到的位置。

以某中型超市的饮料货架为例,货

架的上部是较为常见的碳酸饮料以及果汁,黄金段和中段多为奶茶和功能饮料,下方则是矿泉水或者一般人不知道的饮料。

除了上面这个摆放的细节外,超市里还有很多陈列架的小规矩,比如不少人遇到过商品很难从狭小的陈列空间中取出的问题,超市就是要尽量地压低商品顶端与上层隔板的间距,给人一种商品很丰满的感觉。



用灯光让食物更好看

到超市里购物时有人或许会发现,摆放蔬菜水果、面包的区域色调和其他区域的不同,放蔬菜水果的地方主色调为深绿色,就连盛放的筐子都是绿色的。面包房的色调则是暖黄色,这些灯光的作用,除了统一色调让顾客看着有协调感之外,还能够加强商品的视觉效果。绿色调下的蔬菜看上去更绿更新

鲜。面包房暖黄的灯光能保持面包温度,也让面包看上去更有光泽和口感,这种暖色的灯光还经常用在摆放熟食的地方,效果和面包相同。

网上还有提到超市会特意选用粉红色灯光照射肉类,这样肉会显得格外鲜嫩,不过记者观察的超市里并没有这种情况,两家超市用的都是白色灯光。



其他有关超市的小规则

薄利多销品“守住”入口

超市里越是容易看到、拿到的商品,越是超市利润较高或急于出手的商品。

新鲜商品摆在最里面

超市总是希望“把先进回来的货物先卖出去”。如果想购买出厂日期最近的,那就把靠最里面的商品给“掏”出来。

价格“拆东墙补西墙”

超市会将食品、日杂等生活必需品的价格定低一些,让你形成这家超市比较便宜的印象。然后,超市再将别的物品定较高的价,把损失弥补回来。

现烤现卖以“味”诱人

超市面包房中时常会飘出浓郁的香味。一般人认为,现场烤面包、做熟食是为了“新鲜”,其实,这是超市吸引吃货的“嗅觉营销”。

买一赠一有猫腻

有些商家悄悄提高商品价格后再附送赠品。许多超市还常将快过期的商品与正品捆绑销售,消费者往往忽略它的生产日期。比如牛奶就常搞“买一箱送一箱”的活动,第一箱还没喝完,第二箱已经过期了。

大包装比小包装更贵

很多消费者会有“买得多比买得少实惠”的惯性思维,这也成了超市的一种“销售心理战术”。逛超市时,你可以算一算,很多商品的大包装价格都比小包装高。



快报云媒ios版



快报云媒安卓版

更多内容详见
现代快报网
www.xdkb.net
或扫描二维码
下载快报云媒客户端