

## 贝思美妆道具--业绩老是做不上去，你的美妆店到底差在哪一点？

产品名称	贝思美妆道具--业绩老是做不上去，你的美妆店到底差在哪一点？
公司名称	广州贝思展示道具有限公司
价格	980.00/件
规格参数	BS:BS BS:BS 广州:BS
公司地址	广东省广州市花都区碧秀路12号拓南商务B409
联系电话	16616681912

### 产品详情

美妆经济持续火热的当下，无数间美妆店涌进市场，也有无数间美妆店黯然退场。特别是今年的大环境下，疫情带来的冲击，让整个行业里门店的销售业绩纷纷下降，但也有门店逆势爆发。

1. 细分化的品类布局时代;新型彩妆集合店就属于逆势爆发的一类门店，像调色师、wow color等店加大了彩妆类目的布局，话梅（harmay）则对品类进行细分，走起\*\*小样多品类的路。这些门店都脱离了传统布局的局限，重视起更加细化的品类布局，也成为了当下炙手可热的新型美妆店。这就是重视品类布局的结果。根据品类之间的关联性、连带性，市场的风向，来细化品类布局，增加关联性购买和连带购买，从而\*\*\*终的销售业绩。

2. 品类布局：按需细分、精准管理;根据消费者的购物习惯细分品类，确定销售占比，同时定位店铺的

客户群。例如细分为：应季必需品、爆品区、个护区、彩妆区、家居用品区等，缩短挑选时间，\*\*客群的满意度。这样，商家们也能通过提前设置的品类规划表，对商品实行精准落位、精细化管理，为门店打造一条高效引导购物的动线。

3.品类专区场景：视觉美化、高效陈列;品类布局上把产品规划好之后，场景也要搭配上阵，起到第一步的视觉吸引，给品类专区带来\*\*。

当然，每个美妆店的情况都是因店而异的，不能一比一复制。想要给门店打造专属的专业品类布局，\*\*还是寻找专业团队的帮助。