

正品授权华为新款体验桌 2019华为新款柜台

产品名称	正品授权华为新款体验桌 2019华为新款柜台
公司名称	中山市众鑫展示制品有限公司
价格	.00/个
规格参数	材质:木纹 尺寸:1800*900*900 产地:广东中山市
公司地址	中山市南区渡头山仔工业小区7号之一（住所申报）（注册地址）
联系电话	15220900509

产品详情

经过10多年的发展，我们的消费者认知水平得到了极大的提升，现在绝大多数智能类产品，其实不用去店面也能明白是怎么回事，但是我们零售店的主流依旧是初期的样子，似乎体验为王已经扎根群众了！

可我们经常出国的朋友知道，欧美很多店面除去部分专卖店以外，大多数店面都是用产品的丰富程度来呈现，即使在港澳地区，也是靠更多的产品来支撑店面，这中间的差别当然有一部分是因为他们的租金昂贵，只能靠产品多提升坪效，但是这也让我们不禁思考，我们国内是不是也有机会采用这种体验方式呢？毕竟现在很多零售店的租金也是水涨船高，非往日高性价比所能比较的了！

为此，我们做了多方面的研究，希望这些研究的成果能够对我们国内的消费类电子零售行业有所触动吧：

1、专卖店依旧可以采用苹果直营店式体验

专卖店，也称专营店，是指专门经营或授权经营某一主要品牌商品（制造商品品牌和中间商品品牌）为主的零售业形态；当然在国内还有很多店面也是专卖店，是没有授权的，这类店面也很活跃，因为经营合法，也是一种客观的存在！

专卖店因为厂商有自己的投入，也有诸多规范，所以强调产品的强体验性，一般不容许出现第三方品牌（苹果例外，苹果授权店可以销售和自己没有冲突的产品，比如配件、一部分智能产品等，当然完全无关的也会被禁止），这些店面是可以采用苹果直营店的体验方式，因为这种体验更能体现产品的品牌和价值！

不过我们有两点需要注意：一个是苹果全球的直营店已经发生了重大的变化，不仅仅是装修风格，还在于经营理念，《佳视界》有过详细的论述，这里不再赘述；一个是如果采用这样的体验方式，就是品牌需要具备极强的号召力，如果品牌影响力不够，就需要在店面位置、店面设计上下功夫了，因为你总需要有一个吸引消费者的方式方法！

2、高科技产品适合采用平面式体验

所谓平面式体验，在我的《零售风口》中有清晰的描述，这里补充一下就是平面式体验，也可以称之为记叙文式体验，就是一张桌子，可以是实木也可以是贴皮，可以是钢琴烤漆也可以是大理石桌面，桌子本身平淡无奇，也不需要去突出，因为桌子仅仅是道具（现在有很多零售店桌子奇奇怪怪，抢了很多风头）！

桌子上陈列所销售的产品，这产品最好是技术含量比较高，或者创新度比较大的产品，说的直白一些就是需要花一点时间搞明白或者市面上还不曾出现的产品，这种陈列方式会特别有效，因为消费者可以专心去感受一个产品的价值！

当然这个陈列要求多个样机，样机不能太少，所以要求厂商在样机支持上要下大功夫，不能太抠门；如果是在一个集合店面，你的产品最好是占据相对较大的面积，比如一张桌子一半的面积，这样对于品牌的宣传和实际成交会更有意义，当然你的产品要能够带来实在的价值才行！

高科技产品适合平面式体验，并不是说就没有道具，可以在产品边上适当加一个小道具，比如耳机，但是不要喧宾夺主，道具是用来突出主产品的，别颠倒了主次！

佳能产品体验设计

3、高性价比产品适合立体式体验

高性价比的产品，也就是好货不贵的意思，这是现在很多市场消费的主流，这些产品一般来说并不是很复杂，一个产品能够解决1个或者2个用户痛点；当然复杂与否的判断标准，也是看这个行业本身的普及程度，比如说手机其实是一个高度集成、高度复杂的产品，但是因为大家都已经被教育的学会了使用，其实本来复杂的操作也就显得很简单了！

因为产品不复杂，可以按照功能或者场景式样，做成一个立体体验货架，甚至可以通过产品的密集陈列，给用户一种较强的视觉冲击力，这种冲击力在机场、车站会具有更好的效果，因为消费者需要赶时间，而店面的大量商品会给顾客带走一件的预期！

当然，如果你去香港，很多店面就是采用这种陈列方式，因为香港租金昂贵，加上香港本身也是一个靠游客消费为主导的城市，这种陈列在很多科技含量很高的产品也普遍存在，因为即使操作复杂，但是因为消费者具有较高的认知，同时消费者并不会很在意环境的拥挤，相反如果采用大量的平面式样体验，并不一定能够吸引消费者，因为来这里的人，就是想带走某一个或者几个产品，产品丰富密集的陈列，恰恰满足了他们的需要！

在欧洲和美国市场，很多3C卖场比如万得城、百思买，也会采用这种方式，因为他们都在郊区，顾客过来就是希望带走一些产品，这种陈列反而适合他们的需要，当然这些购物场所本身环境也并不差！

货架陈列，这已经是很宽松了

