

项目10

1. 单选题

(1) A。解析:商品摆放的位置,应让消费者容易看到和拿到的地方,黄金陈列线是指与人水平视线基本平行的范围内的货架陈列空间,一般为80~120厘米之间。

(2) D。解析:店铺招牌是商店的名字,是用于识别商店、招徕生意的牌号。

(3) D。解析:儿童用品店采用五颜六色的浓艳色调,主要是为了迎合儿童的活力和喜好。这种色彩搭配能够营造一个生动有趣的购物环境,吸引儿童的注意力,激发他们的兴趣。

(4) C。解析:特殊照明是为了突出某种商品的特性而设置的照明。

(5) D。解析:把化妆品与梳刷商品摆放在一起的方式是连带摆放法。这种摆放方法是根据商品之间的互补性,使顾客在购买某商品后,也可能会顺便购买旁边的商品。

(6) B。解析:大招牌可以让消费者很远就可以看到店铺,小店门增加神秘感,激发购物兴趣和好奇心,大橱窗可以很好的展示商品。

(7) A。解析:如果要陈列一个新品牌的饮料,最好的展示方式是将新品牌与同类产品放在同一个货架上。这样可以利用消费者对同类产品的熟悉度,增加新品牌饮料的曝光率和购买机会。

(8) C。解析:招牌对购物的影响很大,从视觉的角度增加了消费者购物的可能性,C项说消费者不在意,很明显不对。

2. 多选题

(1) ABC。解析:商店选址是指商店营业场所的位置选择。商圈、位置和客群三因素最为关键,而房租并不是最关键的因素。

(2) ABCDE。解析:商业门店选址原则主要有最短时间原则、易达性原则、顺应消费者需要原则、接近购买力原则、接近中央商圈原则。

(3) ABD。解析:商店橱窗的心理功能有:① 易为人们感知;② 易为人们记忆;③ 易引起消费者的兴趣,符合消费者不同季节的需要;④ 能给人以美感;⑤ 能给消费者以有关的知识,说明商品的用途和使用效果。

(4) BD。解析:结合大学生社会阅历少等特点。

(5) ABCE。解析:购物环境对消费者的影响可以涵盖门面装饰、店门设计、购物环境、招牌设计等方面,而购物环境不会对购买力产生影响。

3. 判断题

(1) 正确。解析:日用商品是消费者经常购买的商品,所以商店应尽量设在接近消费者居住的地方。

(2) 错误。解析:为吸引消费者的注意,店名应该简单易记,尽量不要使用生僻字。

(3) 正确。解析:商品陈列的“三易”原则,是指“易见”“易取”和“易选”。

(4) 错误。解析:网上商店相对传统商店有许多好处,极大满足了现代消费者的消费心理,随着社会的发展,网上商店一定会很大程度取代传统商业门店。

(5) 错误。解析:一个品牌的商品在不同的销售渠道中,因为渠道的长短、类型不同,售价会有一些差别。

(6) 正确。解析:商品的包装因为设计、颜色、材质等,会对消费者的购买欲望有很大影响。