

珠宝店陈列艺术及功能性原则（共 5 篇）

第一篇：珠宝店陈列艺术及功能性原则

一、店铺陈列的概念

店铺商品陈列时一种视觉营销手法，是以不同的展示空间为依托，运用各种道具、艺术品与饰品，在产品风格定位的基础上结合文化，艺术、品味、时尚、个性等元素，通过各种展示技巧，将产品的功能性、特征、风格或销售活动主题充分地表达出来。

店铺陈列的目的是在商品展示空间或销售空间的一定范围内，使人们（加盟商，顾客）对商品的属性、功能、特性、品质、风格，档次一目了然，引起注意，留下印象，产生接近商品与购买商品的欲望，达到最大化展示商品刺激商品销售，制造品牌影响力，传播品牌文化的目的。

二、珠宝陈列的基本原则

珠宝陈列除了陈列的基础要素（易选取、提高新鲜度、提高价值、引人注目等）此外，从陈列的整体考虑，还有更重要的功能要素，包括主题、焦点、平衡、比例、构成、色彩、空间规划、共识惯例，重复效应，容量企划和序列化及人体工程学等其他一些原理。它们综合运用与陈列的基本操作过程中。采用这些原则会帮助您从整体角度安排个系列化的产品，给予特色产品最显耀的位置，合理搭配不同类产品等。形式精炼而内涵丰富的整体展示目的只有一个，使可能的销售尽快达成。

1、主题。从整个专卖店的陈列效果中，可以让顾客感觉到一个品牌的品牌文化，也就是一个品牌的风格，产品定位及市场定位等。主题应随节日，促销活动的变化而变化。在节日变化时，从整个专卖店的陈列效果中能让顾客很清楚地知道节日的主推广以及主推品类；在不同的促销活动，能使顾客很清楚地知道本次促销活动的具体内容。店铺珠宝陈列需要经常更新

珠宝店铺的陈列需要常新常变，但这是需要规范管理。作为店铺的店长，必须从以下几个方面入手，对店铺的陈列进行日常化管理。

首先定期有新产品开发出来，并上柜，及时更换新款的灯箱图片。其次，每月重新设定正常货品陈列格局。可以定期根据产品的风格重新陈列，或调一下货品，把库存的货品和上柜货品，互调一下，增加新鲜感。每个展示面务必设定焦点，突出主题。焦点通常用系列产品中有代表性的某些款式，再辅以搭配产品，如 DTC “完美” 系列，然后辅与 POP 宣传画，POP 附近须是相对应的产品。由此，强调珠宝首饰的分类和陈列展示的重要性显得很有必要

行业内同类品牌所销售的珠宝首饰逐渐类似化，也就是同类商品可以在不同的店里以相近的价格买到，因此必须强调珠宝首饰的分类和陈列展示的方法，以突出自己的品牌的特征，树立自己的品牌独特的风格和信誉，战胜竞争对手。这时珠宝首饰展示则成为一项重要的策略。卖场规划的基本要求

热区：高人流，高目视率，适合放置热销产品，新品推荐，节日推广陈品。暖区：中人流，中目视率，适合放置常年销售的商品，如：吊坠、戒指。凉区：中人流，低目视率，适合放置购买力稍弱的商品，如：手镯、手链。柜台的焦点设置

最易看到的位置，陈列一些具代表性、豪华夸张的商品，能体现店铺实力的商品。容易看到的位置，黄金陈列空间，陈列一些有特色、高利润的商品。可以看到的位罝，陈列一些销售稳定，常备商品。橱窗展示的原则

考虑顾客的视线：人们在看到东西的时候，很自然地由上往下看。因此，要抓住视觉焦点，以捕捉顾客的视线。

明确展示商品，一定要让顾客明白首饰的款式设计，材质，佩戴感觉。简单的构成；在橱窗空间中首饰的数量不要太多，种类和色彩的配合不要太多繁杂，要简单构成。把视线集中在想被看见的商品上，才具有说服力。

空白的重要性，要使首饰在众多的珠宝中脱颖而出。适当的空白很重要，因为空白可以把其他的东西隔断，使视线集中于要突出的珠宝。

2、色彩。有序的色彩主题能给整个专场以主题鲜明，井然有序的

视觉效果和强烈的冲击力。陈列中较多运用色彩统一设定焦点或营造产品陈列的平衡效果，使顾客产生律动，协调和层次感，并轻易锁定目标商品，由此，要了解色彩基础构成知珠宝与道具色彩搭配原理。

卖场的色彩变化规律，是建立在色彩基本原理的基础上的，只有扎实地掌握色彩的基本原理，才能根据卖场的特殊规律，灵活运用。

色彩基础构成——色相、明度、纯度

色相：指色彩的相貌的名称。例如：红、橙、黄、绿、青、蓝、紫等。色相和色彩强弱及明暗没有关系，只是纯粹表示色彩相貌的差异。

明度：指色彩的明亮的程度，不同的色，反射的光量强弱不一，因而产生不同程度的明暗。

纯度：色彩的纯净程度，亦是色的饱和度。有颜色但无色彩：黑、白、灰。

黑色：是物体吸收了全部的色光而呈黑色。白色：是物体反射了全部的色光而呈白色。

灰色：是由黑白两色相混合的不同深浅的过渡色。珠宝与道具的色彩搭配

钻石首饰：在大多数卖场里，钻石首饰都占据着最主要的位置，所以，用来烘托钻石首饰的道具首先应当是黑色，它能最好的突显钻石的光芒，但黑色不能大面积的运用，运用得不好就会影响品牌形象及品味。其次是米白色，在面料上，适合采用吸光性好，不反光的材料，这样可以充分把亮点聚焦在钻石的璀璨光芒上。

黄金首饰：通常选用色调温和、质感柔软、亚光的绒料更能反衬黄金的光芒耀眼。在国内，多选用红色绒布，根据人们的传统感受，红色喜庆，并能衬托出黄金的幽雅贵气特质。

3、平衡。符合人们心理取向，引致视觉上的和谐舒展、稳定有序和简洁明了，采用平衡的原则可有条不紊的布置产品，传递一致性的视觉效果。平衡原则贯穿整个墙面及个体背叛组合陈列应注意产品系列关联性。由此，需要了解珠宝陈列的各种方式。一般有以下几种：

①左右对称构成法。

②节奏构成法和调和构成法。③左右非对称陈列和三角陈列法。珠宝首饰是陈列的起点和构成基础，同时也是店铺陈列的最终目的。珠宝产品包括宝石、材质、款式、功能、设计风格、工艺、产地、价位等等。整个陈列展示就是要将珠宝首饰的各个方面有针对性地突出其中的某一方面，最终达到将珠宝首饰卖点表现出来的目的。

作为珠宝陈列师和负责陈列的导购员要了解熟悉首饰的性质，功能和所包含的意义，这样在陈列的过程中，才能更好地表现每一件产品，并将产品进行组合搭配陈列，以平衡顾客选购心理。

店铺陈列应注意的问题：是否归纳好产品的类别，并将有关联性的首饰连接地陈列？是否将材质及设计款式，以容易区分的方式排列？采取量感陈列的场合，是否乱七八糟地陈列？手够不到的地方是否放太多的货品了？

4、惯例和共识。按人体工程原理，对空间布局，灯光设置，流向引导，尺寸比例等原则，做合理陈列。店铺中间导柜距离相隔不能小于 120 厘米，顾客进门后的流向引导顺畅方便并能接触尽可能多的产品，店内光线充足，无暗处与耀眼灯光，尽可能考虑消费者购物习惯的摆放，能最大限度拉近顾客与产品的距离，引发顾客消费欲望。同时，应当注意珠宝柜台的基本知识。导购员在进行具体的柜台布置和陈列需要掌握柜台的特点，才能充分了解柜台的作用，在进行陈列工作时，才能更好地完成珠宝首饰的陈列，达到最好的展示效果。

柜台分为销售柜和鉴赏柜（展示柜）。销售柜主要用于陈列适于日常大众佩戴和常年销售的珠宝首饰。每节柜台的长度在 1.2 米~1.5 米之间，内空高 23cm~25cm，宽 50cm~53cm 之间，柜台整体高度基本在 90cm~95cm 之间。鉴赏柜的高度高于销售柜，基本在 120cm~180cm 之间，中间存放空间 50cm~80cm 等。

同样，也要注意人们对珠宝种类的惯例和共识。按照商品本身的大小，用途、价格等的不同，适合消费者选购参观的陈列方式也各有不同。一般而言，可分为：

体积小者在前，体积大者在后。价格便宜者在前，昂贵者在后。季节商品在前，流行商品在后。

5、重复效应，容量企划、比例重复效应。它们可营造视觉趣味，突出连续和色块效果，注重统一和对比的同时高效利用时间，形成强烈视觉冲击力。此原则适用于主推产品或新主题产品的展示。比如：同一款首饰采用不同出样方式，精品展柜陈列展示、精品陈列道具展示和常规陈列同时展示，达到突出重点，最大限度强化自身形象。

容量企划包括：展示容量、库存容量和货品流转周期容量。有效地掌握控制单位面积或货柜的陈列数量及销售容量和库存量，能高效利用空间设置，形成统一明了的序列和视觉印象，使卖场货品不会太稀疏或太过拥挤，做到疏密有间，有效地提高货品周转率。合理的比例位置有利于完善系列化产品展示的整体形象，掌握销售节奏，把握销售动态。（比如：卖场 POP、精品展示与货品陈列所占空间比例以 20%：80%为宜；卖场展示货品容量与库存容量以 85%：15%为宜等等）

第二篇：有关珠宝店述职报告

有关珠宝店述职报告 1

今年二月份，我很荣幸加入了北京瑞恩钻石郑州销售团队，尽管我有近五年的珠宝销售经验，但进入一个专业销售钻石的公司工作，还是让我感觉到了工作的挑战性。我把自己重新做了定位，将自己的行业经验和卖场经验重新整合，结合王府井卖场的实际情况和客情关系，像个小学生一样重新学习和研究如何做销售。我认为，过去高级员工和店长的工作经历只能代表我获得了原公司的认可，如果在新公司做出一番业绩，需要我有一颗平常心、一颗上进心、一颗持久心和与时俱进的创新精神。

转眼两个多月过去了，在大家的帮助和自己的努力下，我在工作上收获了很多，也有很多的思考和体会。临近转正时间，为了更好地做好今后的各项工作,现对以往的工作做一下总结并为公司提出一些的建议。

一、两个多月的工作情况

我是二月份进入我们公司的。入职以前，我对王府井的商圈的情况作了一番仔细的调查。我发现王府井商场虽然交通便利，周围人口

密度也大，但潜在的消费能量却没有释放出来。主要的原因是这里虽然人口密集，但居住的人群大多是原先大型国营企业的员工，他们在改革开放后的收入每况愈下，很多企业破产重组，家庭收入积累较少，在奢侈品的消费上非常苛刻。另外，一些新移民虽然买了房子，但大多是年轻人，房贷负担和收入微薄也让他们在珠宝首饰消费上很谨慎。

还有，这里虽交通便利，但这里是个快速公交通道，很多人只是路过这里，因为这里的没有政府的办事机构和繁华的商圈，他们并不在这里停留消费，这样，王府井商场不太容易吸引来高端消费群体，给奢侈品的销售带来了很大困难。基于以上情况，我入职后更加注重提升自己的业务能力和销售技巧。主要是从以下方面做出努力：

1、迅速了解我公司的企业文化、产品定位和销售策略

熟悉一个公司的企业文化和产品定位是做好工作的基本条件。我原先所在的公司是一个创办时间较长的公司，公司非常注重对员工企业文化的教育和熏陶，使员工能把公司的历史和理念作为自己行为的有机组成部分自觉行动。但各个公司的文化没有高低贵贱之分，只有文化和公司本身融合与匹配程度的区别。新的公司有新的文化理念，我要尽快融入新公司的文化中，克服老公司文化对自己认同新公司上的影响。

通过学习，我知道德瑞恩公司是一个充满新生命力的公司，致力于达到“让每一位渴望拥有钻石的人都能够得到适合自己的钻石”的目标。公司尊尊每一个人的情感独特性和唯一性，就像钻石的每一面都有不同的光泽一样。充分体现了崇高的人文精神和人性关怀，让钻石充满温度，散发着迷人的芳香。

我们公司经过近二十年的发展，通过与国际顶尖钻石生产机构的合作，已经形成了设计、开发、生产包装到销售的一条龙产业模式，让消费者真正享受与世界同步享受全球钻石资源。这给我们的销售增强了必胜的信心和强大的保障。

公司高起点整合资源，在渠道开发、产品设计、价格竞争、质量保证、全程服务、宣传推广等方面都做了很好的顶层设计与思考，使

我们的公司的销售策略非常明晰。为我们的努力指明非常准确的目标。

2、提升自己的销售能力和技巧

作为一线销售人员，销售能力和技巧直接关系到公司销售目标的达成。销售能力是一个终端销售顾问综合实力的表现。

在认知上，销售人员要充分了解产品的性质和特征，赋予产品美好的故事，让顾客买产品的同时，获得更多的精神超附加值，增加对产品的认同度。

在情感体验上，销售人员要赋予产品不同方式的美感体验，要近乎痴迷的热爱自己的产品，这样才能对顾客进行情感传递，让顾客佩戴钻石的时候，内心充满温暖，充满爱的力量，增加对产品的忠诚度。

在行为表达上，销售员要学会高超的产品展示技巧，要换位考虑对方的佩戴需求并合理展示。销售顾问是消费者最好的镜子，标准完美的展示会让顾客看到自己佩戴钻石高贵的形象，促成购买并形成连锁购买效应。为消费者设计佩戴方式和传授保养方法，会让消费者成为流动的宣传员，让你的产品无时无刻都在说话，从而增加产品的知名度。

3、认真观察消费者的消费心理

消费心理是消费者在消费前、消费中、消费后的一种动态的心理过程。包括了对产品的直觉判断和理性权衡，也包括产品咨询、试戴

和购买全程的情感体验。这些微小的细节我们都必须察觉，及时发现顾客的购买顾虑，引导顾客准确表达需求并及时解决，这样顾客就会放心购买，减少顾客到别的单位对比，引发恶性竞争和跑单现象。

4、加强团队合作与销售配合团队的整体心理结构与销售业绩的提升关系很大，尤其以女性销售为主的团队里，团队的整体心理相对复杂和微妙。入职以来，我积极与店长沟通，了解整体销售目标和管理目标，自觉遵守各项规章制度，做到以身作则。与其他同事交流销售技巧并共同探讨销售中遇到的问题，使大家的劲往一处使，心往一处想。当然还要合理摆正自己的位路，认真把岗位职责要求的工作做好，与大家做到无缝配合，并在恰当的时候发挥自己的主观能动性。

二、对公司郑州市场发展的一些建议

根据近几年我对行业的理解和观察，在总结自己工作的同时，尽

量为公司一些公司提一些小小的建议，希望能对公司决策有参考价值。

1、卖场选择和终端抢占

这几年，郑州卖场的商业模式和布局发生了很大的变化，整体来说有如下一些特征：（1）一些综合老卖场遭遇困境，它们改制不成功，效率低下，负担沉重，但仍苦苦坚守。这里主要的代表是百货大楼、金博大、华联商厦、北京世纪联华、商业大厦等等，这些商场多集中在郑州的老商圈二七商圈和碧沙岗商圈，因为传统的商业模式设计已经跟不上时代步伐，购物环境老化，人员思想陈旧，影响了企业

发展；（2）一些新式的购物商场出现，但定位不准确，本土化不太成功，这里主要有沃尔玛、家乐福、华润万家等。他们进入郑州的时候，往往声势比较凶猛，但在后续的发展中往往对消费者把握、对供应商管理不太到位、造成效率较低，卖场的发展速度越来越慢，甚至有的出现关闭情况；（3）有一些的商场本土化较好，跟政府关系密切，进入郑州时进行了充分的市场调研和论证，现在发展势头很猛。主要有丹尼斯、万达商场、大商和永辉，前两者定位较高，后两者定位较低，他们几乎成了郑州的主流业态，吸引了大量的消费群体。根据以往经验，这些商场的奢侈品销售相对来说都比以上其他商场较好。因此，我们选择商场的时候要分梯队分层次地投放人力物力，做到物尽其用，人尽其才。

另外、卖场内展区选择和装修布路也很重要，这些资源往往比较稀缺，因此业务人员在选择终端的时候要提前规划，要有前瞻性，要熟悉商场里面业务操作的技巧和关系，以便获取有利的位路。还有，关注郑州航空港综合实验区的商业模式和布局，同时关注东区和南区的发展情况并合理布局卖场，将给我们的竞争带来先入为主的优势。

2、销售管理和业务培训

销售管理是基于目标和过程的双向管理过程。一般商场终端的销售目标都是终端按照以往历史销售情况，结合当前情况上报销售计划，然后公司根据情况调整计划，最后确定销售目标。这样制定方法比较务实，也具有可操作性。销售目标的分解往往是一个很有技巧性的问

题，需要店长做多方面的考量，使分配到每个人身上的任务都合

有关珠宝店述职报告 2

光阴似箭,日月如梭,转眼间半年已经过去,回顾本我的工作,可以说是取得了一些成绩,但存在的问题也不少。为了更好地做好今后的各项工作,现将我的工作总结如下:

一、工作回顾

爱岗敬业,具有强烈的责任感和事业心,按时上下班,遵守各种规章制度。前三个月工作积极主动,认真地学习专业知识,工作态度端正,认真负责。但在后三个月的工作中比较消极,任务完成的不好,只完成了百分之八十的任务。

二、工作中的不足

1.营销力度薄弱,没有充分发挥个人能力。

2.工作积极性不高,缺乏主动性;有时候销售不好思想就消极,对销售失败后的总结不够。每一次销售失败都有它的原因,比如对顾客推荐的珠宝是否符合顾客的需要,对顾客的态度是否生硬造成顾客的不满意。服务质量有待进一步提高。3.对客户心理把握不够。

三、今后努力方向

1.在巩固已取得的成绩基础上,加强对珠宝首饰的了解,提高自己的销售技巧,借鉴他人成功的经验。总结失败原因,及时改正。

2.不断加强素质培养,进一步提高业务水平。

3.以良好的精神状态准备迎接顾客的到来,适时地接待顾客,对于顾客进行分析归类,与同事进行交流,寻找不足,互相帮助,共同提高。

4.掌握客户心理、向先进的同事学习,向有经验的同事学习,端正服务态度,为不断提高珠宝销售额而努力,为提高珠宝品牌声誉和珠宝店的行业名声而努力工作。

过去的工作中,尽管有一定的成绩,但在一些方面还存在着不足,在今后的的工作中我将认真学习业务知识,努力使工作业绩全面进入一个新水平,保证完成全年的任务。

有关珠宝店述职报告 3

尊敬的各位领导:

我是 xx 事业部 xx 店的 xx,现任店长。现将 20xx 年上半年工作述

职如下：

一、个人思想及学习

上半年在 xx 总、xx 总、xx 总、xx 总的带领下我开始了新一年的工作，新领导班子的组建，给了我新的思想及动力，雷厉风行的行事态度、高标准的行事要求、平易近人的沟通方式，让我干劲十足。我上半年带领各级管理人员共同学习 11 次，各课长以上管理人员培训 5 次，配合现场管理人员对下培训 6 次，共同打造知识团队，和谐团队。紧跟领导们的步伐。

二、履职情况

（一）销售

上半年为抢抓销售，春节期间我带领各级管理人员和员工全天加班加点，我们的努力也换来了喜人的硕果，春节最高一天销售**万元，情人节和元宵节一天最高销售**万元。对于越来越严峻的市场形势，我借双节在广场西门口进行名优汤圆大展销，3 天销售近万元。情人节我们与一楼名表珠宝合作在一楼显著位置陈列巧克力，最高一天销售 xx 余元。

除此之外，我配合各区专员主动联系供应商做了几场大型外场活动，取得了不错的销售。三联家电城举办大型促销活动，连锁公司领导积极为我们争取了出摊外卖的机会，我与超市员工积极配合此次外卖活动，四天销售***余元。近 2 个月，受到金鼎一楼南门关闭因素影响，超市的销售不近人意，为了争取客源我带领超市各柜组员工每天利用兄弟单位下班时间去外卖，上半年为完成销售，积极组织人员外出进行销售工作，（二）商品管理

1、每天对卖场进行商品质量、标识标签的检查，尤其是对生鲜、加工区的监督检查力度。为做好食品质量管理工作，各业务专员分片包干，每天早晨进行商品质量、生产日期、标识标注的检查，发现不合格商品立即下架。同时对于每年的内、外审工作，我非常重视，通过审查找出自身存在的不足，并使个人工作可以得到提升，与此同时，利用审查也是让下属工作质量提高的一个关键。上半年共检查商品质量、标识标签 1000 余次，对发现的问题督促柜组及时整改并进行了复

核。

2、为了使超市布局更加合理，与 xx 总、xx 总和 xx 总多次沟通确定了非食区调整方案，5 月份我与超市各同事对洗涤、百货和冲饮等柜组进行了布局调整。6 月中上旬超市食品区和东超外区重新调整装修，在此期间，针对超外商户未装修完毕，面点及糕点面临的接电及下水管道维修更换，积极与 xx 后勤部联系，但因商厦也面临装修调整所以工作进展缓慢，但在 xx 总、xx 总和 xx 总多次现场指导及李海存总监支持下，由 xx 后勤与 xx 后勤共同配合，加班加点对超外及店内后续工作紧张开展，现工作已经完结，面点区已开始经营，超外各商户已有 4 家开始经营，在此我也要再次感谢各位领导对我工作的支持，如果没有领导的重视，以上的困难也不会如此快的解决。

3、库存。根据系统的库存管理报表中的数据，结合商品的销售数据，合理控制商品库存。对于库存较大的商品，先集中销售，再联系退货；每天查看商品报表，对有效商品，进行科学订货；以提高库存周转。

4、新品的引进。针对超市针织品的品类一直不丰富的情况，为了丰富超市商品的品类，我与采购部沟通，增加了散装内裤、泳衣、丝袜和裤袜以及防晒系列产品等，并引进了儿童文具、玩具 2 个品类，既丰富了超市的商品品种，又提高了销售。

（三）团购开展。进入 20xx 年，我们仍然非常重视联系团购，上半年合计团购金额近***万元。而今年的端午节也有大小不等的团购，合计金额近万元。

（四）现场管理

1.所有管理人员打破以往部门管理制式，进行分片管理，打破常规，将各位管理人员能充分团结起来，对店内的各项工作全面管理。2.卫生检查

根据公司要求每天对店内卫生进行三三制，柜组、生鲜区每周卫生抽查，确保食品及环境卫生。

3.活跃职工生活

为了让员工在工作之余得到放松，我店组织员进行外出踏青旅

游以及节目表演，让大家在紧张的工作后能得以释怀。

（五）安全管理

安全工作一直是责任重于泰山。尤其是超市这一级防火部门，如果出现问题，损失将是无法估量的。作为安全责任第一人，我深感自身责任重大，因此，我是每会必讲，强化安全意识；落实责任，防患于未然。对于近期的店内装修施工也是，时时检查、刻刻督促，保障好店内安全经营。

（六）节支降耗

1.为了减少公司财物的损失，确保购物车的使用，上半年安排安保人员维修购物车两次，修好购物车十余辆。

2.针对超市初夏室温较低的情况，倡导员工5月暂不开空调，由此较预算减少用电约1万多度。

三、工作不足

（一）与各事业部沟通不到位，导致今年销售完成很不理想

（二）各部门工作不能做到细致化

（三）工作创新力欠缺

四、下半年工作计划

（一）提升自身高度

律人先律己，认真学习业务知识，日常多对上对下进行工作多沟通，了解自身不足及工作中的问题，虚心接受，快速提高，使自己成为一个多面手。

（二）借力发力提销售

1.全面开展促销活动，实现资源共享

利用**楼层及超市调整后的新布局，大做文章，作为超市本身进行一次大型重装促销外，并借助商厦的各期、各楼层的促销活动宣传自己，让广大顾客重新认识重装后的**超市；14年的竞争与困难并存，但“想干的人永远在找方法。”

2.优化商品结构 提升毛利

现超外扩大后，连锁公司领导以为我超市增加了利润空间，做为我来说，接下来，我会打破以往常规，加强单品考核，加大淘汰力度，

扩大畅销品的有效陈列，并多与采购沟通引进多种适销的商品，保证在与购物中心错位经营的同时销售、毛利共提升将上半年落下的销售争取回来。

3.确保生鲜集客力，提高生鲜人脉。此次调整，虽然生鲜区有所缩小，但引进了实力派的面点加工商户，丰富了超市的经营品类，下步，我已与**总及生鲜管理人员沟通，开展周周进社区送实惠，（每周推出针对社区的生鲜促销商品）以提高超市运行效率为根本出发点，提升顾客满意度。对于生鲜，我也会找差距，多向兄弟店学习，多引进一些菜品，新品，让顾客多向选择。

4.商品质量管理一直是超市的重点管理项目。现商品监管以由工商改为食药监局进行监察，管理及要求更为严格，商品质量也上升至刑事犯罪，针对此对于商品质量我更会下大力度管理，杜绝商品质量问题出现。

5.多学习相关的陈列技巧，多向竞争店、向网络、向领导学习，让商品在卖场内自我销售。将商品优化与陈列有机结合。

（三）细节管理争客源要效益

1.细节管理，彰显服务；

提升员工的工作积极性是现场管理重中之重，对于人员管理我们要从细处着手，从一点一滴关心职工生活，从员工的需求出发，让员工以店为家。

2.做好公司的安全工作 严格落实公司安全理念，切实做好安全工作。一是，消防安全；二是防损管理；三是夜间值班安全。

有关珠宝店述职报告 4

一、工作回顾

爱岗敬业，具有强烈的责任感和事业心，按时上下班，遵守各种规章制度。半年来工作积极主动，认真地学习专业知识，工作态度端正，认真负责。上半年计划任务 73 万，实际完成 858187 元，完成任务的 118%。二、今后努力方向

1. 在巩固已取得的成绩基础上，加强对珠宝首饰的了解，提高自己的销售技巧，借鉴他人成功的经验。总结失败原因，及时改正。

2.不断加强素质培养，进一步提高业务水平。

3.以良好的精神状态准备迎接顾客的到来,适时地接待顾客,对于顾客进行分析归类，与同事进行交流，寻找不足，互相帮助，共同提高。

4.掌握客户心理、向先进的同事学习，向有经验的同事学习，端正服务态度，为不断提高珠宝销售额而努力，为提高珠宝品牌声誉和珠宝店的行业名声而努力工作。

过去的工作中，尽管有一定的成绩，但在一些方面还存在着不足，在今后的的工作中我将认真学习业务知识，努力使工作业绩全面进入一个新水平，保证完成全年的任务。

有关珠宝店述职报告 5

光阴似箭如梭，转眼年 20xx 年即将过去，来 x 金店半年多了。在过去的半年里，我从懵懂期到现在一个专业的首饰顾问。有过高兴也有辛酸，总体来说，我经历了一次蜕变。

来到 x 金店这个大家庭，可以说句夸张的语气来表达我现在的感受，x 金店就像我的父母一样，给我温暖，给我关怀，给我不一样的惊喜，也改变我身上所有不足的缺点，也让我从一个腼腆的女孩子变成现在活泼开朗的一个女孩。

曾经的我，是个非常腼腆的女孩，遇到了生人都会脸红，不敢跟陌生人聊天，性格很内向，很安静，跟我以前的工作也有一定的关系，从毕业之后就去了药店上班，在店里见识了以前都不了解的中草药跟一些稀奇古怪的西药名，每天都接待不同的病人，只需要给不同病人搭配不同的药方，或者偶尔给顾客介绍药，除了这些，每天都重复着同样的事情，没有什么新鲜感，整天不需要说什么话，可以用这样的话来表达“生活得头脑简单，四肢发达”，这样的日子久了，就想要去外面见识，后来朋友就介绍来 x 金店了。。

因为朋友的介绍，所以就来到了x金店这个大家庭，从来没想到过做销售这一行业，更没想到过会接触珠宝这一行业，x 金店改变了我的人生。

刚开始对这个行业非常的陌生，从四月二十六去公司面试，面试通过了，二十九号就开始来 x 金店接受新的挑战，一大早起床就起来学化妆，因为这是我人生的第一次化妆，来 x

金店有了很多第一次，早上就开始了新的面貌，上班，紧挨着五一劳动节，面对人流量那么多，顿时让我不知所措，这时，领班王娣教了很多方法怎样叫顾客，应该怎样把顾客引到柜台，我开始的放开了这种紧张感，大胆的叫起了顾客，但还是很不习惯上班需要这样的方式，叫了很久，终于接到了一位顾客，可是我不知道怎么介绍产品，当时完全不知所措，这时同事就过来帮忙了，看着她怎样给顾客介绍首饰，当时我完全听入迷了，觉得她说得好好，超棒的，突然间觉得x金店的女孩做销售很厉害，都是我的榜样。

过了几天，我还是没开单，我很焦急，因为同事说销售都是个人，每个人都是有目标的，看到同事们个个都开了很多个单，就我没有，我开始的激情起来，拼命的叫顾客，终于我接到了一位很有购买欲望的顾客了，经过同事跟我的配合，成交了，这让我无比的激动，甚至使我开心了一整天。

就这样子，过了十天，我渐渐地掌握了流程，店长给我安排了一个师父，张丽就做了我师父，会让我去背“百问百答”看到一本很厚的资料，这时觉得压力挺大的，因为从小我就不怎么喜欢看书，还要我每天背三道题，背不出来罚抄或者是留下来背熟在下班，那时真的觉得好委屈，就这样每天我都会要求自己去背资料。

刚开始就教我一些简单的常识，应该怎样介绍首饰，平常上班时应该注意哪些细节的地方，又应该怎样去接待每一个顾客，应该怎样去跟一个顾客聊天。突然我觉得我要学的东西好多好多，一下子接受不了这么多。不过，有个师父真的很幸福，很开心。当我每次接完顾客都会跟我分析我哪里需要改进或者哪里需要注意的地方，给了我很大的帮助，让我从一个对工作陌生的变成了一个很熟练的工作。慢慢得，一个月过去了，我开始自己可以慢慢的一个人销售了。因为现在每天都会背资料来提升个人的专业度。

有一次，我接了一个顾客，师父过来配合我，因为顾客是个性格很安静，很冷场的人，在整个销售过程中我始终调动不了顾客的氛围，整个氛围都很冷。因为本身我就是个性格很安静的人，再接到这么个

比我很安静的顾客就更安静了，下班后，师父找我谈话，教怎样更好的调整氛围，让我以后多去配合其它同事，这样才能更快的让自己学到更多的知识跟工作的熟练。就这样，我每次看到同事接顾客，我都会第一个过去配合，看同事怎样成交，怎样跟顾客聊天沟通。我发现到每个同事接顾客的方式都不一样，不同顾客用不同方式来接，这让我学到了很多。

【有关珠宝店述职报告】相关文章：

- 1.有关珠宝店述职报告
- 2.珠宝店经理述职报告
- 3.珠宝店入职感言
- 4.珠宝店长年终述职报告范本
- 5.珠宝店长年终述职报告范文
- 6.珠宝店长述职报告范文
- 7.珠宝店实习日记
- 8.珠宝店实习报告
- 9.珠宝店广告语

第三篇：珠宝店促销方案(共 8 篇)

篇一：珠宝店促销方案

通过多样化的促销活动，把利益真正回馈于消费者的同时，突出温情的品牌形象，拉近企业与消费者的距离，提升品牌忠诚度，最大限度的提高店内人流量、聚集人气、扩大专卖店的销售业绩

二、活动主题：

“金”动全城 “爱”在金嘉利珠宝

三、活动时间：

2010年10月1日——2010年10月8日

四、促销活动内容：

一重礼：进店免费礼

无需购物，进店就有礼。活动期间所有顾客凭 dm 单进店登记后均可免费领取精美礼品一份。促销说明：活动期间礼品发放数量限前 30 名进店的消费者(预计 10 天 300 个)。

二重礼：回馈感恩礼(特价除外)

金嘉利不做低价，而是直接返现让利消费者，根据不同价位段的产品设立不同的产品促销组合 30 分钻石戒指 4999 元

情侣对戒 2399 元

翡翠手镯 688 元 k 金吊坠+k 金项链 888 元

6 围 1 镶嵌钻石女戒 2010 元

抓现金百分百中奖。

(2) 抽奖细则：

五、前期具体宣传方案：

1、发放彩页可从活动前 7 天发放一直延续到活动结束。先确定发放人员，对其进行必要的培训，使其能够正确理解活动的各项事宜。其中包括时间、地点、主题、优惠活动、有关促销礼品如何发放等信息。为使其宣传覆盖面广，信息传达要精准有效。

3、报纸软文加 dm 广告在各地的受众也是很广泛的。应提前 7 天左右开始宣传，同时需要很强的连续性，在一周内至少隔天发布 2-3 次。

4、活动期间，有条件的可路演，邀请演艺公司在活动期间在专卖店门口组织文艺演出活动，以吸引人气。

5、电视广告：在活动前 7 天开始宣传到活动结束，针对有条件的商户可以选择。

六、终端布置建议：

1、拱门、彩旗、地毯、吊旗、气球、易拉宝、花篮等传统方式都可以采用。气势一定要大，譬如多个拱门，一字排开等，才能够真正做出气氛来。同时礼品的摆放也要有气势，堆头要大，给人感觉礼品很多，很值钱等。

(1)周边街区：邻近街和市区主干道布标宣传。

(4)精心卖场环境，活动期间人流量比较大，应当针对此次活动做出相应调整，整洁、宽敞为宜。

(5)店内：门口设立明显标示金嘉利 logo 的接待处，条件允许的话可以设立迎宾和导购小姐。十一期间人员流动量大，店内相关区域应设立休息处，配备服务人员并进行礼品和宣传品的发放。

七、宣传费用预算

- 1、电视的广告费用：元
- 2、条幅的设计制作费用：元
- 3、促销传单印刷费用：元
- 4、促销礼品费用：元
- 5、报纸宣传费用：元
- 6、代金券印刷费用：元
- 7、其他应急费用：元

八、安全控制

促销活动，安全是第一位的，一定要注意消费者和店面的安全。

各地加盟商可根据当地市场情况和自身能力选择适合自己的促销活动。

九、活动反馈和评估

国庆 中秋珠宝饰品促销

活动主题：祝福祖国中秋团圆 翡翠相伴

活动范围：国内各加盟商

活动时间：2010年9月21日至10月8日

活动目的：促进销售增长，并吸引新顾客群的注意力，培养顾客的忠诚度，同时塑造和提高品牌形象,提升

活动宣传：派发广告气球 50000-10000、报纸广告、店内 x 展架
(具体宣传方式可根据情况自定)

活动内容：

活动一：“喜从天降”活动

2.购物的顾客将气球拍破，爆出彩纸和奖卡（每个气球都要有奖，卡上注明奖项）

奖品设置：

活动二：“号码送祝福”活动

活动期间来店购物的顾客姓名中有“国”或“庆”的可享受6折优惠，带“国”、“庆”两字的可享受5折优惠，带“中

活 动 三 ： “ 婚 礼 进 行 时 ” 活 动

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/286053243144011003>