

鞋服门店商品陈列位置与客流动线巡检表

巡检地点:

巡检人员:

日期: 年 月 日

序号	巡检项目	检查标准	达标 (2 分)	部分达标 (1 分)	未达标 (0 分)	问题说明
1	陈列图执行	门店陈列符合总部当季 VM 手册 /planogram 要求，货架位置、层板顺序、商品组合无明显偏差				
2	主推 SKU 在位	当季主推款、广告款、活动款出现在总部指定陈列位，未被普通款替代或挤占				
3	新品陈列位置	新品陈列于入口视觉焦点、橱窗附近、主通道、端架、中岛或总部指定新品区				
4	爆款陈列位置	爆款商品保持稳定排面，位于高曝光、高经过或便于顾客拿取的位置				
5	高毛利商品陈列	高毛利商品优先陈列于视线层、主通道、热区或顾客停留较高区域				
6	促销商品陈列	促销商品集中陈列于活动端架、流水台、收银台附近或指定促销区，未分散摆放				
7	黄金视线层使用	视线黄金层优先展示新品、主推款、爆款或高毛利款，未被低优先级商品长期占用				
8	端架陈列	端架主题明确，与新品上市、促销活动、季节主题或重点系列一致				
9	中岛/流水台陈列	中岛、流水台商品组合清晰，符合搭配、系列、价格带或场景化陈列逻辑				
10	橱窗与店内联动	橱窗展示商品在店内有对应陈列位置，顾客进店后可快速找到同款或关联商品				
11	品类分区	鞋、服、包、配饰等品类分区清晰，无明显跨区混放或顾客识别困难				
12	系列集中陈列	同系列、同风格、同使用场景商品集中陈列，未被拆散至无关区域				
13	搭配陈列	上装、下装、鞋包、配饰等具备搭配逻辑，可支持导购推荐和连带销售				
14	色系/尺码顺序	商品按色系、尺码、款式、价格带或系列逻辑有序排列，便于顾客查找和员工补货				
15	排面数量	重点 SKU 排面数量符合总部要求，无排面不足、被压缩或被其他商品替换				

16	货架饱满度	货架陈列饱满但不过度拥挤，无明显空位、断档、杂乱堆叠或陈列松散				
17	缺货/断码处理	重点陈列位无空架、空挂、空鞋托；断码商品及时调整、补充或替换				
18	商品正面展示	商品正面朝向顾客，LOGO、款式特征、核心卖点清晰可见				
19	商品遮挡	商品未被其他商品、包装、道具、杂物、过期物料或临时堆放物遮挡				
20	价签准确性	价签完整、清晰、无遮挡，价格、折扣、尺码、活动信息与商品一致				
21	POP/海报匹配	POP、海报、桌牌、吊牌与对应商品或活动一致，无错放、过期、卷边、破损				
22	导视信息	新品、促销、会员专享、搭配推荐等导视信息清晰，可引导顾客找到对应商品				
23	入口区域利用	入口区域陈列符合当前主推策略，形成第一视觉触达，未堆放无关商品或杂物				
24	主通道陈列	主通道两侧优先陈列新品、爆款、主推款或促销商品，避免低效占位				
25	热区商品匹配	高客流、高停留区域优先配置重点商品，未长期被低优先级商品占用				
26	冷区激活	低客流区域通过新品、爆款、灯光、导视、活动物料或场景化陈列进行引流				
27	试衣间周边陈列	试衣间附近陈列搭配品、配饰、补充购买商品或适合连带销售的商品				
28	收银台周边陈列	收银台附近陈列低决策成本商品、小件商品、会员加购或促销补充商品				
29	顾客停留/互动表现	重点陈列区具备合理停留，能吸引顾客靠近、回看、拿取、触摸、试穿或咨询导购				
30	陈列复盘与整改	定期结合销售、库存、客流、停留数据复盘；异常问题按要求整改并完成复核				