

提升门店客流量的7个技巧

众所周知，客流量是门店生存和发展的根本，为了提升客流量，各个药店纷纷使出浑身解数。细细分析，我认为客流量可以分为店前客流量、进店客流量与购物客流量三类，且三者相互影响。例如店前客流量多，势必会导致进店客流量多。因此，我们在讨论提升客流量时，应把三类客流量一起抓，聚焦人气，才能最大可能去实现目标。

1、竞争吸引人气

从顾客层面来理解，一家门店有没有竞争力，体现在三个方面，商品及其价格，员工的专业素养，卖场的消费环境。门店有没有顾客需要的商品卖？怎么帮助顾客买？消费时的心情是否愉悦？如果能够回答好以上问题，这家门店就有竞争力，顾客以后就会常来消费。门店每一次的促销活动，顾客都会去关注。

2、促销聚人气

促销在各行各业都用得比较多。除了大型促销外，日常促销也很重要。比如选择数十个商品以组合、搭配、捆绑等优惠方式，在较长时间内固定地开展促销，不论顾客何时来，都能感受促销的气息。另外，时段促销也比较实用，例如指定某商品晚上八点以后八折优惠，这有助于提升偏冷时间段的客流量。

3、借势造人气

借助于节气变换，突发新闻事件，乃至热门话题的热度，都能吸引到相当数量顾客的关注。当顾客集体关注到某一点时，再采取移花接木的方式将这种关注由事件本身转移到药店上来。这样顾客不仅会光顾你的药店，还会产生一种感激、钦佩、赞扬的情感。最深刻的案例莫过于非典时期卖板蓝根了。

4、会员增人气

全国的药店几乎都在做会员制。顾客认为会员代表了积分，药店认为会员意味着数据。各家药店都非常重视发展会员、激活会员，提升会员消费占比，以各种各样的会员优惠作为增添人气的重要手段。这时，药店人需要考虑会员营销手段够不够丰富，与别家的会员制是

否有差异性、独特性。

5、店前旺人气

现代人往往认为多人追捧的才是好的，吃饭要挑需排队的饭店，买手机要选抢购的款式，买药同样信赖顾客多的药店。因此，药店可以通过在店前提供临时促销、免费服务、便民设施、娱乐活动等方式，聚拢大批顾客停留，让过往的行人看到一派红旺的生意景象。

6、美誉添人气

口口相传、经久不衰的美誉形成了品牌价值。品牌价值意味着完善的商品结构、合理的商品售价、诚信专业的服务、高效便利的体验。日复一日，这些因素促使顾客逐渐形成了难以磨灭的信任感，培养出忠诚于自己门店的顾客群体。当然，品牌建设离不开品牌宣传，通过媒体、公关以及 VI 体系来展现门店的品牌魅力，也是不错的选择。

7、社区接人气

社区到药店有一定的空间距离，这段距离也许就阻碍了相当一批顾客去了解身边的药店。主动出击型的药店善于搭建桥梁，深入社区，通过社区活动的方式介绍自己的服务措施与竞争优势等，给顾客一个来店消费的理由。同时，贴近社区，建立亲密的顾客关系，能够发展稳定的顾客群体。与社区一起举办茶话会、联谊会等，都是比较好的互动方式。

8、树立目标，阶段总结

凡事预则立，不预则废。做任何一件事情，都要有目标，从实际操作的角度出发，建立完善的实施细则，帮助、激励每一位员工去完成计划。

——摘自《药店周刊》2018 年 5 月 28 日 B11 版/朱静明