

校园超市设计方案

SUBTITLE HERE

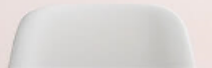
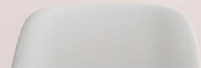
汇报人：XXX

2024-05-06



CONTENTS

- 市场调研
- 空间规划
- 商品策略
- 营销策略
- 供应链管理
- 用户体验



01

市场调研



市场调研

概述：

调查市场需求和竞争情况。



数据分析：

市场调研数据整理与分析。

概述

竞争分析：

分析周边校园超市的种类和规模，找出竞争优势。

目标顾客：

确定目标顾客群体及其消费习惯。

潜在合作伙伴：

探讨与供应商和合作伙伴的合作机会。



数据分析

消费趋势：

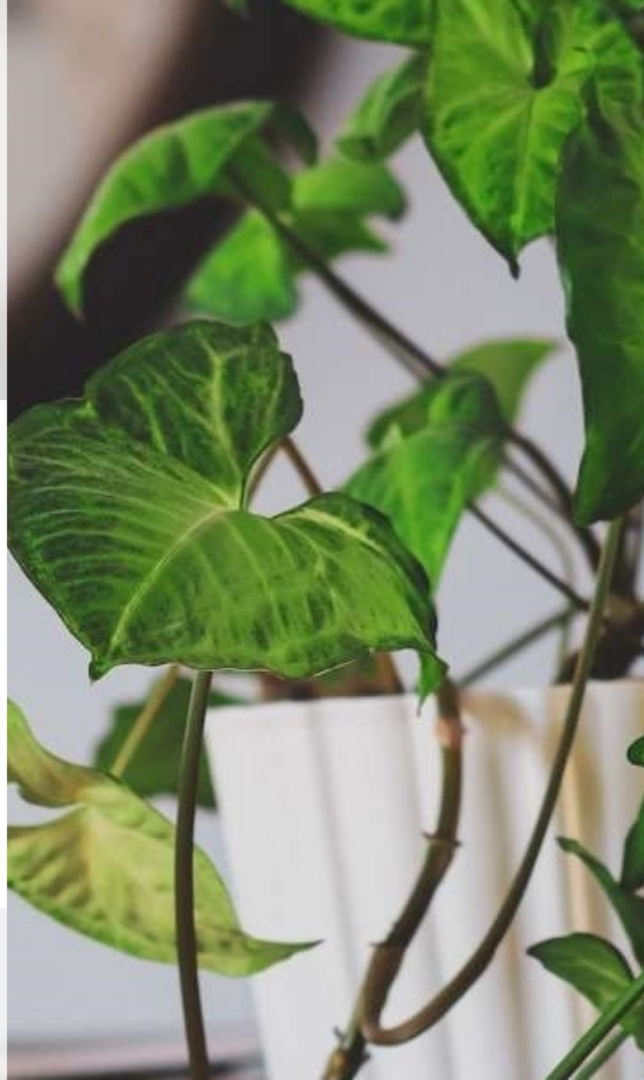
分析校园学生的消费趋势，制定相应的商品策略。

竞争优势：

总结市场调研结果，确定校园超市的竞争优势。

定位策略：

制定校园超市的定位策略与差异化优势。



02

空间规划



空间规划

布局设计

设计校园超市的内部空间布局。

01



功能分区

划分校园超市不同功能区域。

02



布局设计



功能分区

生鲜区：

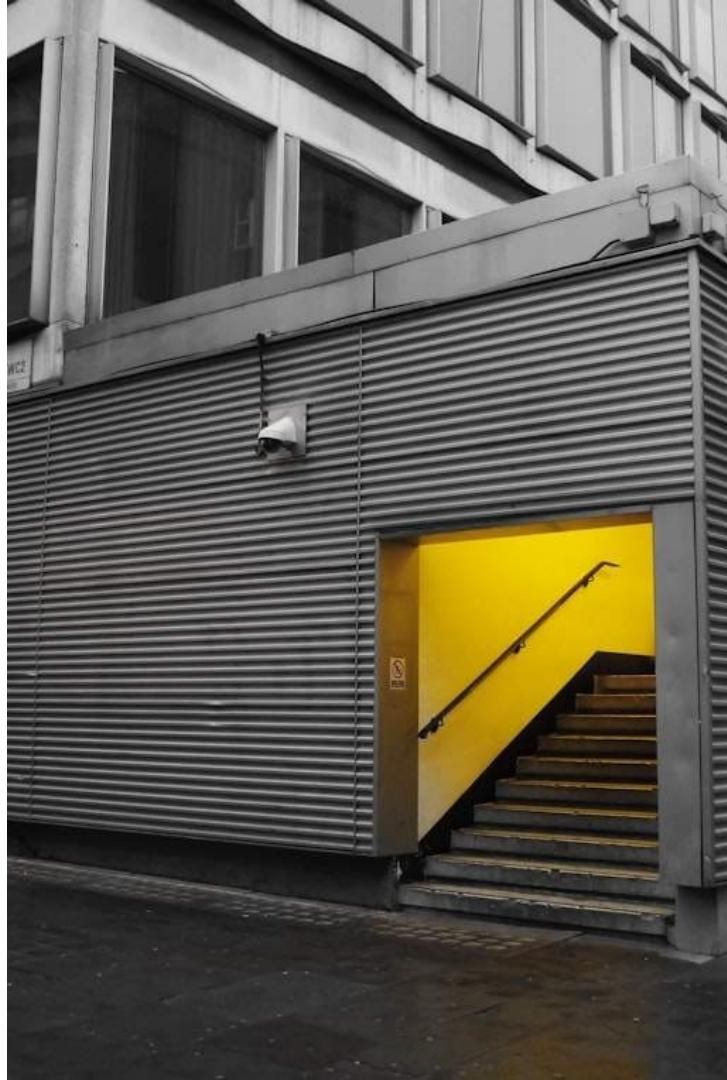
规划生鲜食品区域，保证商品新鲜度。

日用品区：

设计日用品及生活用品区域，满足学生日常需求。

休息区：

设置休息区域，提供舒适的休息环境。



03

商品策略



商品策略


产品种类:

确定校园超市的商品种类。

进货渠道:

寻找优质的供应商，保证商品质量与价格竞争力。

产品种类



食品类：

包括零食、饮料、速食等食品种类。

生活用品：

包括文具、洗漱用品、日用品等生活用品。

小家电：

考虑引入小型家电产品，如电水壶、小冰箱等。

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/658023047002006100>