

Выкладка и размещение товара

Выполнила: Васютина
Анжелика КМ-141

Выкладка товаров

- это определенные способы укладки и демонстрации товаров в торговом зале. Эта услуга предназначена для демонстрации, облегчения поиска и выбора необходимых товаров, а также создания потребительских предпочтений. Выкладка – это не «красивая картинка», а эффективный (подчас единственный) инструмент управления продажами в торговом зале. Цель выкладки – с помощью методов комбинированного воздействия управлять восприятием и поведением потенциальных покупателей.



В торговых залах применяют следующие приемы выкладки товаров:

- навалом;
- стопками, рядами;
- массовая;
- многотоварная;
- дисплейная;
- паллетная

Выкладка товаров навалом

Осуществляется с использованием различных типов емкостей или базовых стендов. Это могут быть тележки, корзины и т.д. Обычно используется один вид товара.



Выкладка товаров стопками, рядами

Применяют горизонтальный, вертикальный, комбинированный и дисплейный способы.



Вертикальная выкладка товаров

Одинаковые товары размещаются вертикально рядами по всей длине стеллажа. Зона, в которой человек видит товар, оценивает его и принимает решение купить, - 50 см. Поэтому ширина вертикального ряда составляет не менее 40-50 см. Подходит для товаров одной марки или одного производителя.



Горизонтальная выкладка товаров

Товары одной группы (по виду или бренду) располагаются горизонтально по двум-трем полкам. Для удобства восприятия стеллаж любой длины человек зрительно разделяет на зоны 1,5-2 метра. Горизонтальную выкладку одного товара не рекомендуется делать длиннее, чем 1,5 метра.



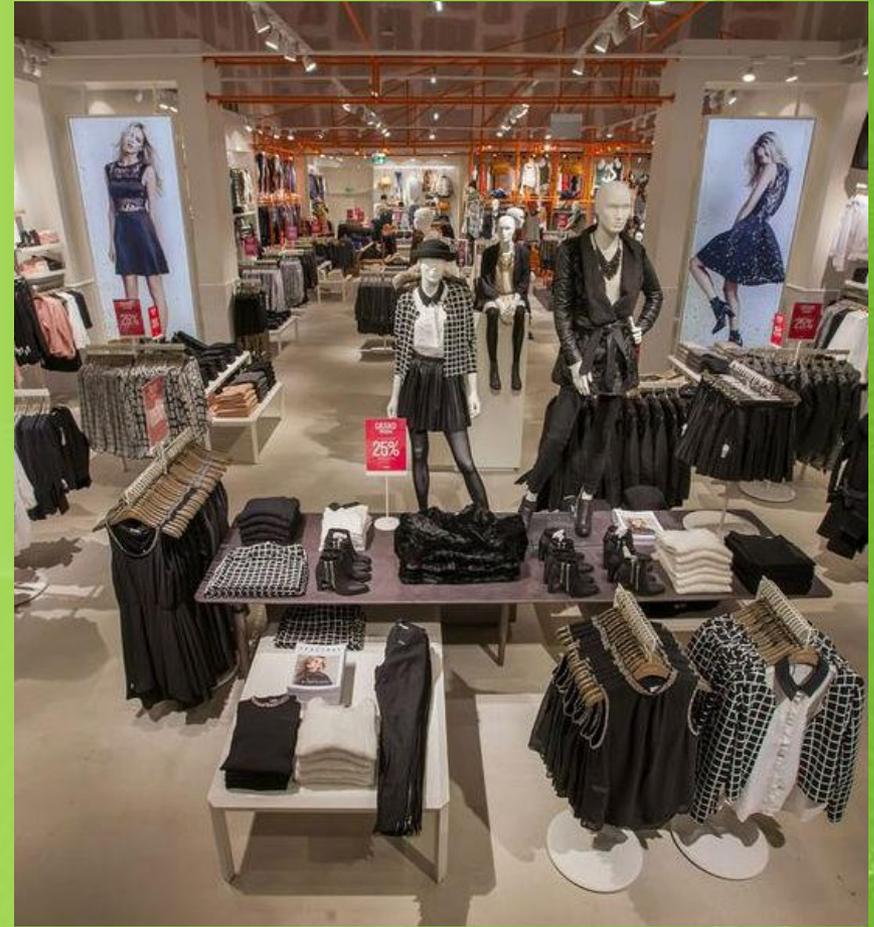
Выкладка товаров массовая

Однородный товар повышенного спроса выкладывается в большом количестве в виде пирамид, кубов, тематических фигур. При создании такой выкладки следите, чтобы она не была громоздкой. Иначе покупатели просто побоятся разрушить конструкцию и будут ее избегать.



Выкладка товаров многотоварная

Размещение композиции из разных групп товаров, которые связаны между собой. В магазинах одежды используется прием “total look” - создание гармоничной подборки вещей и аксессуаров, которая представляет собой единый образ.



Дисплейная выкладка товаров

Товар помещается на стенд, который стоит отдельно от основного торгового оборудования. Располагайте дисплей так, чтобы он сразу бросался в глаза, был хорошо освещен и оформлен рекламными информационными материалами. Подойдет для сезонной продукции - средств от комаров, дачных принадлежностей, товаров для пикников. Правильная дисплейная выкладка способна поднять продажи размещенных таким способом товаров на 400-500%.



Паллетная выкладка товаров

Большое количество одного товара раскладывается на поддонах и оформляется табличкой, на которой крупно указана цена. Паллетная выкладка размещается по периметру магазина или в кассовой зоне. С помощью этого типа выкладки продается даже не ходовой товар. Стимулирует посетителей делать целевые (“точно, я же собирался купить!”) и импульсивные (“не будет лишним”) покупки.



Выкладка товаров решает следующие основные задачи:

- способствует распределению познавательных ресурсов посетителя;
- предопределяет уровень обзора и привлекательность товара для посетителя;
- способствует формированию более тесных взаимоотношений между товарами и посетителями;
- создает условия для «перекрестного мерчандайзинга», при котором «товары-продавцы» наиболее полно используют свой потенциал по продаже товаров импульсивного и пассивного спроса;
- создает предпочтительные условия для отдельных товаров и торговых марок;
- способствует достижению конкурентных преимуществ розничного торговца.



Размещение товаров

- это расположение их на отдельных участках торгового зала по наиболее существенным признакам: видам, группам, сортам и др. Рациональное размещение товаров в торговом зале позволяет правильно формировать потоки покупателей и сокращает время их обслуживания. Постоянные покупатели знают, где размещается тот или иной товар в торговом зале, и быстро его находят.



Размещение товара можно разделить по нескольким направлениям

- Определение секции в торговом зале;
- определение площади торгового зала под секцию;
- определение способа и места выкладки товара на оборудовании;
- оформление полок.

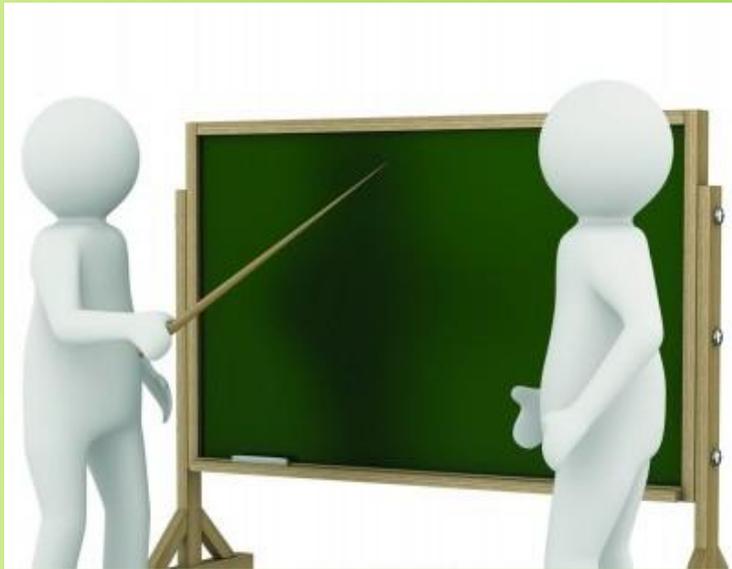


Определение места расположения секции в торговом зале

- это продуманная
последовательность их
размещения в
торговом зале с учетом
психологии
покупателей,
расположения
вспомогательных
помещений, характера
покупательского
спроса

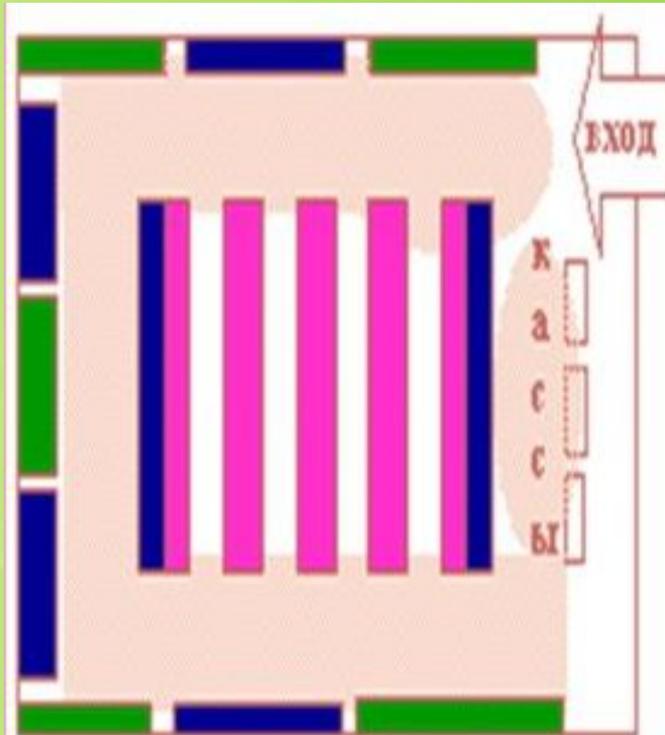


Закрепление за секциями зон проводится с учетом следующих требований :



- зона товарных групп, которые подготавливаются к продаже, должны примыкать к помещениям, где производится подготовка к продаже;
- зона товарных групп которые требуют длительного ознакомления с ними покупателей находится в глубине торгового зала;
- труд персонала должен быть минимизирован в отношении перемещения товаров по торговому залу и его пополнения продукцией;
- к товарам должен быть свободный доступ;
- соблюдение товарного соседства с учетом специфических особенностей каждой товарной группы;
- последовательность секций оставлять неизменной для

Размещение товаров



Товары повседневного спроса

Располагаются по периметру торгового зала, где большинство покупателей легко находят товары, за которыми они пришли.

Товары периодического спроса

Располагаются в центре торгового зала, поскольку нет необходимости привлекать к ним внимание всех посетителей.

Товары импульсного спроса

Располагаются в «горячих зонах» торгового зала, где попадают в поле зрения большинства покупателей, стимулируя незапланированные покупки.

Определение площади торгового зала

- После того как определено месторасположение для секции устанавливают, какую часть зала должны занимать те или иные секции. Для этого соотносят объем продаж товаров, а далее планируют торговую площадь.

