

МЕГАМАРТ

М.видео

ЭЛЕКТРОНИКА

ХОТИТЕ
ПОКУПАТЬ
ТОВАРЫ
ЕЩЕ ДЕШЕВЛЕ?

ПРОДУКТОВЫЙ ГИГАНТ
МЕГАМАРТ

ОПТОВЫЕ ЦЕНЫ
ВОСКРЕСЕНЬЕ И ПОНЕДЕЛНИК
9:00-12:00

MEGAVIDEO



Тема:

**Мерчандайзинг
товаров.**

Цели урока:

- 1. Систематизировать и закрепить знания по мерчандайзингу товаров.
- 2. Развить умение применять на практике приёмы мерчандайзинга и использовать методы в своей профессиональной деятельности.
- 3. Закрепить навыки коммуникативного общения, полученные на теоретических занятиях, умение решать проблемные ситуации.

Задачи урока:



- 1. Осуществлять трудовые обязанности с учетом требований охраны труда и здоровья.
- 2. Сформировать умения и закрепить навыки по использованию приёмов мерчандайзинга.
- 3. Привить профессиональные навыки в работе по осваиваемой профессии.

План урока:

- 1. МчТ.
- 2. Принципы Мч.
- 3. Методы Мч.

Теория 4р



-
- P → product
 - P → price
 - P → place
 - P → promotion



Словарь мерчандайзинга

- **Актив-постер** (от англ.
- **Active poster**)
- - Постеры, меняющие
- изображение
- в зависимости
- от угла зрения.

LUCKY 7 OFFER

BUY 3 GET 4 FREE!

The Lucky 7 offer is back this weekend.

Now at Prahlad Nagar

MEGA MART

Mega Brands. Mega Savings. **GUARANTEED**

Ground Floor, Opp. A.U.D.A. Garden, Anand Nagar Road, Prahlad Nagar. Ph.: 30423848.
Also at: Relief Road Ph.: 30226261, Sebermal Ph.: 30521580, Drive In Road Ph.: 30160148, C.G. Road Ph.: 30003180.

RUGGERS EXCALIBUR SUT NEWPORT CHEEROKIES

□ **Ай-стоппер** (eyestopper, от англ. Eye – глаз и to stop – останавливать) – любое средство привлечения внимания, так называемая «ловушка для глаза».



- **Воблер** (с англ. wobbler -колеблющаяся приманка) - это рекламный носитель либо ценник фигурной формы с пластиковой ножкой, с помощью которой он приклеивается на двусторонний скотч к прилавку или к любому другому подходящему месту в точках продаж.



□ **Диспенсер** (от лат. *Dispensare*) - рекламный мини-щит с объемным карманом для информационных материалов (листочков, буклетов, визиток). Изготавливается путем кашировки отпечатанного на бумаге изображения на толстый (как правило, капа) картон с лицевой и/или оборотной стороны.



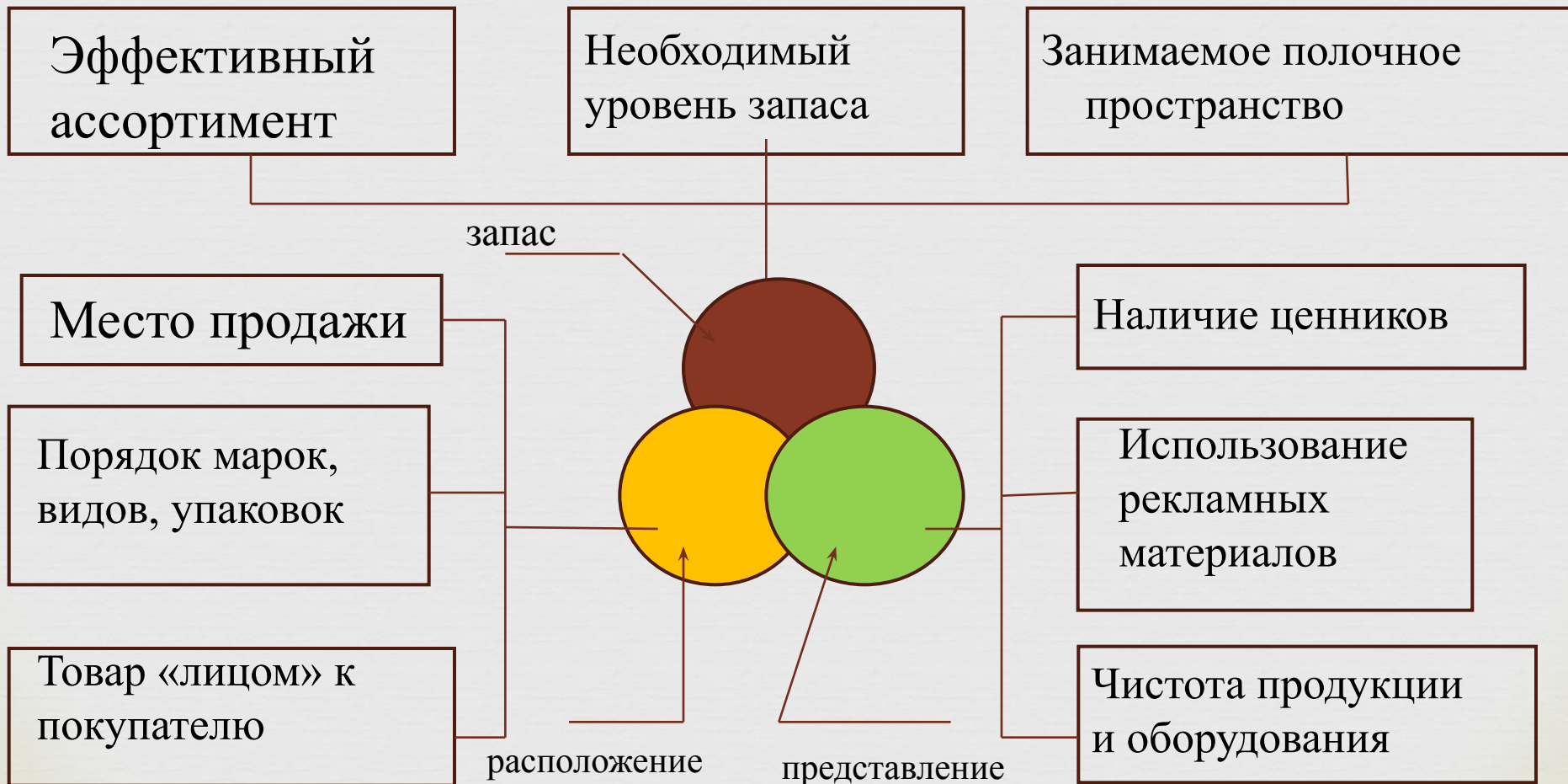
□ **Фейсинг** (от англ. Face – лицо) – визуальное представление бренда на месте продажи.



- **Шелфтокер** (Shelftalker *анг.* "говорящая полка"). - незаменимый атрибут торговых сетей. Шелфтокеры представляют собой свисающие с полок или прилавков рекламные носители. Приклеивается на полку на двусторонний скотч. Шелфтокеры бывают и пластиковыми и стальными.



Направления мерчандайзинга



Цели мерчандайзинга:



- 1. Стимулировать сбыт в магазине.
- 2. Создать конкурентное преимущество магазина и отдельных марок.
- 3. Сформировать приверженность к магазину; увеличить число лояльных покупателей и завоевать новых.
- 4. Совершенствовать рекламно – коммуникационную политику предприятия.
- 5. Совершенствовать торгово–технологические процессы в магазине.
- 6. Влиять на предпочтения потребителей.

Принципы мерчандайзинга:

- 1. Расположение товаров в торговом зале.
- 2. Нахождение товара в месте выкладки.
- 3. Выкладка вертикальными блоками.
- 4. Вертикальная граница между товарами различных групп.
- 5. Высота рабочей полки.
- 6. Использование базовой полки.
- 7. Выкладка в таре, дисплеях производителя (возможны два варианта).
- 8. Выкладка в корзинах – сетках.
- 9. Выкладка на паллетах.
- 10. Выкладка в соответствии с объемом продаж.
- 11. Иерархия (движение) цен.
- 12. Размещении POS- материалов.

**Основное правило
мерчандайзинга - товар
в магазине должен
продавать себя сам.**



Требования к выкладке

Товаров:

- 1. обзор;
- 2. доступность;
- 3. опрятность;
- 4. соответствующий вид товаров «переднего ряда»;
- 5. заполненность полок;
- 6. привлекательность упаковки;
- 7. маркировка цены;
- 8. определенное место на полке;
- 9. постоянное восполнение запасов;
- 10. оптимальное распределение приоритетных мест.

Правила расположения товара на полках.

Лучшие места.

- 1. Недорогое вперёд.
- 2. Принцип чересполосицы.
- 3. Основные марки.
- 4. Приоритетные полки.
- 5. Нижние полки.
- 6. Верхние полки.
- 7. Ротация товаров.
- 8. Высота полок.



Используя методы и приемы мерчандайзинга, розничный торговец может управлять восприятием посетителей, позиционировать те или иные товары, изменять структуру оборота в пользу более прибыльных (доходных, стратегически важных) марок и т.д. Мерчандайзинг не только способствует увеличению прибыли и объемов продаж, но и позволяет создавать новые комбинации и сочетания товаров и товарных групп, обладающих большей потребительской ценностью в глазах покупателей.

