

*Организация
размещения и выкладки
товаров в торговом
зале.*



Размещение товаров

- Размещение товаров-это расположение их на отдельных участках торгового зала по наиболее существенным признакам: видам, группам, сортам и др.



Важную роль в совершенствовании организации процесса продажи товаров играет правильный выбор последовательности размещения товаров в торговом зале.

Размещение товара предполагает выбор наиболее подходящей секции для выставления определённой продукции. Как правило, секции формируются либо, исходя из ориентации на определённую целевую аудиторию (например, товары для будущих мам), либо по виду товаров (обувь, аксессуары, мясо и так далее.) Правильное размещение товаров ведёт посетителя по торговому залу и предлагает тот или иной товар, подталкивая к совершению покупки.



Общие правила выкладки товара (размещения товара)

- товар должен размещаться так, что бы каждый предмет был отчётливо виден;
- новые товары выставляются на самых видных местах;
- полки и стеллажи не должны перегружаться товарами;
- товары должны легко доставаться с полки или витрины;
- товары массового спроса должны всегда выкладываться на одном и том же месте;
- при выкладке товара нужно использовать приёмы дизайна и художественного оформления;
- не рекомендуется выкладывание разнотипных товаров один на один, в стопку и т.п.;
- для удобства пользования и во избежание порчи товаров следует избегать излишне большого количества товаров на полках и витринах;
- товар должен выкладываться этикеткой в сторону покупателя.



Основные принципы современной выкладки товара

- учитывается психология смотрящего на товар человека (взгляд движется как при чтении-слева на право, сверху вниз);
- движение основного потока покупателей против часовой стрелки, в рамках (касса, хлеб, охлажденные товары-молоко, колбаса, и т.п.);
- правило вытянутой руки-лучшие товары на полках на уровне взгляда, где их легко увидеть и достать без лишних усилий;
- сопутствующие товары (пиво, чипсы) размещают вместе, несовместимые (бытовая химия-продукты питания) отдельно;
- классические правила выкладки – наличие ценников, чистота и прочее.



Размещение товаров

- Рациональное размещение товаров в торговом зале позволяет правильно формировать потоки покупателей и сокращать время их обслуживания. Постоянные покупатели знают, где размещается тот или иной товар в торговом зале, и быстро его находят



Размещение товаров

Операции по размещению и выкладке товаров можно разделить по нескольким направлениям

- 1. определение места расположения секции в торговом зале;
- 2. определение способа и места выкладки товара на оборудовании;
- 3. определение площади торгового зала под секцию;
- 4. оформление полок.



Определение места расположения секции в торговом зале

- Определение места расположения секций –это прежде всего продуманная последовательность их размещения в торговом зале с учётом психологии покупателей, расположения вспомогательных помещений, характера покупательского спроса.



Закрепление за секциями зон проводится с учётом следующих требований:

- -зона товарных групп, которые подготавливаются к продаже в магазине, должна примыкать непосредственно к помещениям, где производится подготовка к продаже;
- -зона товарных групп, требующих длительного ознакомления с ними покупателей, размещается в глубине торгового зала;
- -зона где размещаются крупногабаритные и тяжёлые товары, должна находиться около узла расчёта или выхода из торгового зала;
- -затраты труда торгового персонала, связанные с пополнением и перемещением товаров в торговом зале, должны быть минимальными;
- -к товарам должен быть обеспечен свободный доступ покупателей;
- -соблюдение принципа товарного соседства с учётом специфических особенностей каждой товарной группы;
- -последовательность расположения секций целесообразно сохранять неизменной. Так как покупатели привыкают к местам расположения товаров, им не приходится затрачивать время на поиски нужной секции. Взаимозаменяемые товары следует размещать рядом.



Определение площади торгового зала под секцию

- После того, как определили месторасположение для секций устанавливают, какую часть торгового зала должны занимать те или иные секции. Для того следует соотнести объем их продаж с общим объемом продаж по магазину и полученным значением руководствоваться при планировании использования торговой площади.



Определение способа и места выкладки товара на оборудовании

- Под выкладкой товаров понимаются технологические процессы, связанные с расположением, укладкой и показом товаров на торгово-технологическом оборудовании.



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.



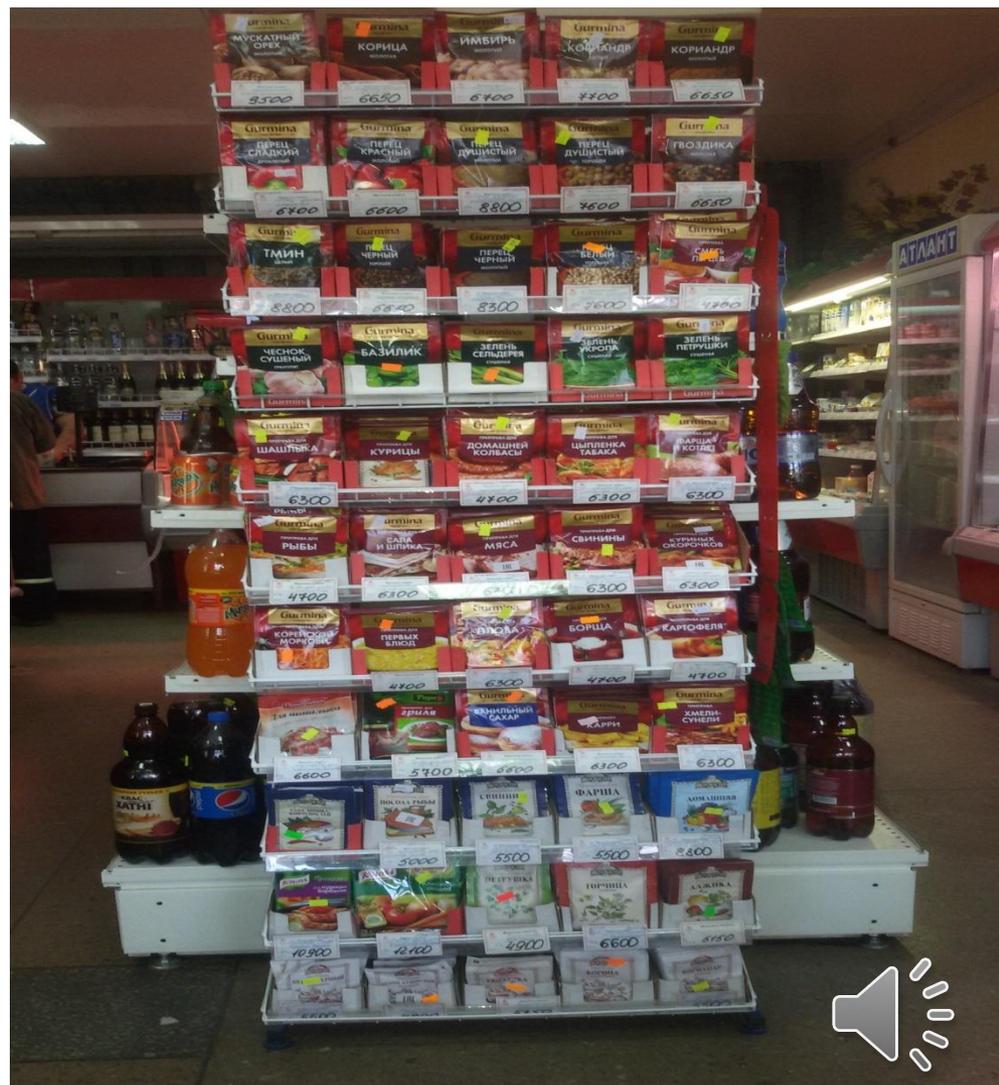
Цель выкладки

- *Цель выкладки-с помощью методов комбинированного воздействия управлять восприятием и поведением*



Выкладка

- Это не <<красивая картинка>>, а эффективный (подчас единственный) инструмент управления продажами в торговом зале.



Выкладка ТОВАРОВ

Привлекательная, удачно разработанная и поддерживаемая

в порядке выкладка товаров способствует тому, что посетители, пришедшие в магазин, приобретают товар и

тем самым обеспечивают магазину прибыль.

В торговых залах магазинов самообслуживания применяются

- -навалом;
- -штабелем;
- -стопками, рядами.



Выкладка Товаров

Выкладка товаров навалом осуществляется с использованием различных типов ёмкостей или базовых стенов. Это могут быть магазинные тележки, проволочные корзины, бачки, столы и другое. Обычно используется один вид товара. Выкладка товаров с применением тележек является широко распространённым приёмом в торговле.



Выкладка товаров

При выкладке товаров стопками, рядами применяют горизонтальный, вертикальный, комбинированный и дисплейный способы.



ГОРИЗОНТАЛЬНАЯ ВЫКЛАДКА

ТОВАРОВ

При горизонтальном способе выкладки одноименные товары размещают на одной или двух полках по всей длине оборудования, установленного в линию. Данный способ наиболее эффективен для реализации крупногабаритных товаров и всех товаров при малой площади магазина. При том следует иметь в виду, что с одних полок товар реализуется лучше, чем с других. Те полки, которые находятся на уровне глаз покупателя-высота от пола 110-160 см, считаются наиболее привлекательными.



ГОРИЗОНТАЛЬНАЯ ВЫКЛАДКА

При переносе товара с самой нижней полки на третью снизу – ту, что на уровне глаз, - объём продаж увеличивается на 30-55%, при переносе со второй полки на третью – на 10-20%. Учитывая это, на нижних полках должны размещаться товары, которые покупаются не импульсивно, а осознанно, например пятилитровые бочонки пива, воды. В непродовольственных магазинах на нижних полках также выставляются крупногабаритные товары



ВЕРТИКАЛЬНАЯ ВЫКЛАДКА ТОВАРА

При вертикальном способе выкладки одноименные товары выкладывают на полках одной горки в несколько рядов сверху в низ. Преимущество этого способа – хорошая обозримость и более чёткое разграничение выложенных товаров. Недостатком такой выкладки является увеличение площади выкладки при размещении товаров. тот способ хорошо применяют в магазинах самообслуживания с торговым залом большой площади.



Комбинированная выкладка товаров

- Наиболее часто на практике применяют комбинированный способ выкладки, сочетающий горизонтальный и вертикальный способы выкладки товаров. Он позволяет наиболее эффективно использовать площадь выкладки на оборудовании и размещать больше товаров в торговом зале.



Дисплейная выкладка

- Дисплейная выкладка обычно применяется на дополнительных точках продажи. В этом случае используется отдельно стоящий фирменный стенд или стойка, не привязанная к основной точке продажи данного товара.



Оформление полок

- При оформлении полок опять же необходимо учитывать психологию покупателей. Основное правило – выкладка должна быть насыщенной. При этом важно определить количество единиц товара для выкладки. Так, нередко мерчендайзеры совершают ошибку, выставляя на полке в <затылочек> несколько флаконов духов, одеколонов или упаковок молочных продуктов. Из мировой практики известно, что человеческий глаз может воспринять товар, если рядом с ним представлены, как минимум, 3-5 однотипных товаров, выставленных на полке по горизонтали.
- Какой бы ни была ширина полки, товар должен располагаться на ней относительно свободно, иначе он теряется.
- Все товары выкладывают на торгово-технологическом оборудовании этикетками и рисунками на упаковке, обращёнными в сторону покупателей. Ценники должны быть аккуратно оформлены, надписи на них – разборчивы и легко читаемы. Выкладка должна обеспечивать демонстрацию наилучших качеств того или иного товара, той или иной марки продукции.



Оформление ПОЛОК

Массовые выкладки.

Применяют в основном для товаров повседневного спроса или продуктов, пользующихся у покупателей особой популярностью.



Размещение и выкладка в чем разница?

Размещение

- Под размещением понимается распределение товаров на площади торгового зала

Выкладка

- Под выкладкой понимается расположение, укладка и показ товаров на торговом оборудовании.

