

**Главное управление по образованию Брестского облисполкома
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БРЕСТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ
КОЛЛЕДЖ»**

**Специальность: 2-25 01 10 Коммерческая деятельность
(по направлениям)**

Учебная практика «Визуальный мерчендайзинг»

ТВОРЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ
**на тему «Разработка стратегии визуального
мерчендайзинга колбасных изделий»**

Исполнители:

**учащиеся II курса
группы 14 КД/п**

А.С. Бутрим

А.А. Березюк

Руководитель:

преподаватель

Т.В. Шабат



**Разработка стратегии
визуального
мерчендайзинга
колбасных изделий**

«ЭкоМит»: колбасы только из
экологически чистого мяса





КОНТАКТЫ

Мы находимся по адресу: [г. Брест, ул. Советская, 46](https://www.google.com/maps/place/Брест,+ул.+Советская,+46)

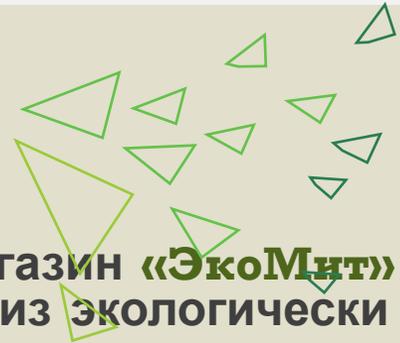
Телефоны:

+375(29)37-28-71

+375(33)66-01-32

+375(29)75-43-23

Наш сайт: ekomeat.by



Специализированный магазин «**ЭкоМит**» славится своими колбасами из экологически чистого мяса.

Мы занимаемся важным и благородным делом – обеспечиваем людей вкусными колбасными изделиями.

Качественное сырье, использование натуральных специй и пряностей, бережное отношение к традициям и современное техническое оснащение – залог успеха «**ЭкоМит**».

Наш лозунг: «Не унывай – в колбасный рай ты забегай»!

Наш
логотип





Ассортимент:

- Варёные колбасы;
- Полукопчёные колбасы;
- Варёно-копчёные колбасы;
- Сырокопчёные колбасы;
- Сыровяленые колбасы;
- Мясные деликатесы;
- Ливерная и кровяная колбасы;
- Ветчина, мясной хлеб;
- Паштеты, зельц, холодец и др.



Цветовое оформление магазина

Для приятной атмосферы в магазине мы выбрали спокойную цветовую гамму:

1. **Зелёный цвет** - ассоциируется со здоровьем, свежестью, богатством, спокойствием и безопасностью. Светлый зеленый помогает справиться с негативными мыслями, настраивает на рабочее настроение и вдохновляет.
2. **Коричневый цвет**. Коричневый говорит о **стабильности, надежности**. Это цвет земли и он ассоциируется со всем **природным и натуральным**. Настраивает на серьезные отношения, взаимовыгодную пользу.
3. **Белый цвет**. Заявляет о **чистоте, невинности, спокойствии, нейтралитете**. Является самым универсальным цветом.



Музыкальное сопровождение



Не секрет, что звуковое обслуживание в магазине оказывает психологическое воздействие на потребителя, привлекает внимание и интерес покупателя к товару таким образом, что появляется желание приобрести тот или иной продукт.

Грамотное музыкальное оформление торгового помещения, создает комфорт и позитивное настроение у покупателя, и что самое главное - формирует индивидуальный стиль магазина.

Для нашего магазина мы выбрали спокойную мелодичную, предпочтительно без слов, музыку.

В утренние часы фоновая музыка более спокойная, в обеденное время напротив, используются энергичные мелодии.

В целом фоновая музыка для повышения количества продаж должна быть нейтральной, ненавязчивой, и позитивной.





Освещение

Чтобы придать красивый вид нашей продукции мы используем лампы 76 спектра, такая лампа подчеркивает натуральные красные и розовые цвета.

А над прилавком - стандартные люминесцентные лампы с коэффициентом.



Аромат

Ещё один не менее важный фактор. Аромат в нашем магазине мясной, свойственный колбасным изделиям, присутствует аромат специй.

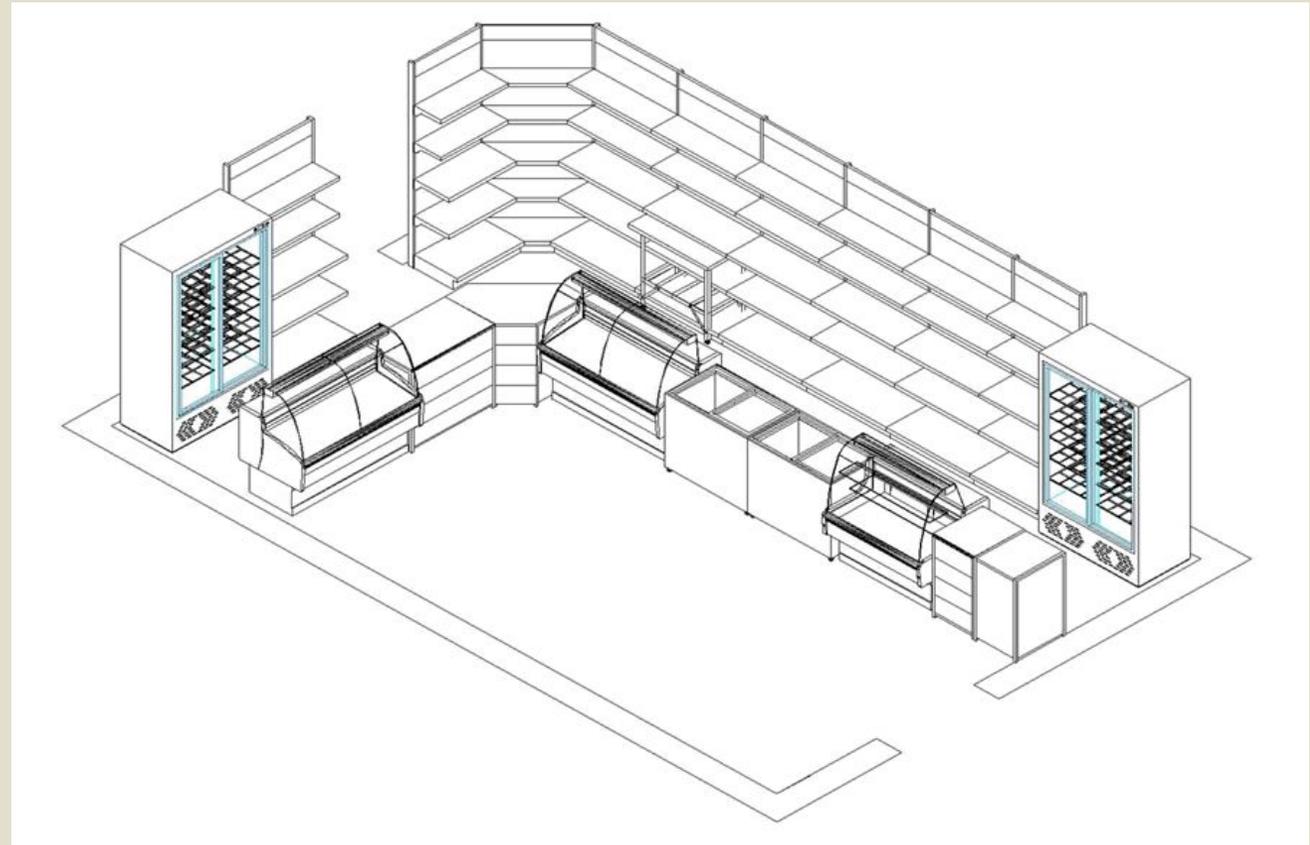
Также мы используем ароматизацию. Ароматизация магазинов необходима для освежения помещения и устранения неприятных запахов, которые возникают в любом оживленном месте.



Планировка торгового зала

Для торгового зала нашего магазина мы использовали линейную планировку.

Линейная планировка торгового зала позволяет четко формировать потоки движения покупателей, обеспечить лучший просмотр зала и более эффективно использовать площадь торгового зала.



Прилегающая территория

Территория нашего магазина обложена плиткой и небольшой растительностью.

Также на территории нашего магазина имеется урна.

Для удобства наших посетителей мы добавили парковку. Так что теперь каждый сможет без проблем приехать в наш магазин, припарковать свой автомобиль и отправиться за покупками.



Торговое оборудование



Для размещения нашей продукции мы используем отдельностоящие холодильные прилавки-витрины. Они позволяют максимально эффективно презентовать большое количество товаров на ограниченной площади. Под стеклом все товары хорошо видны, подсветка делает витрину более привлекательной.



Для расчёта с покупателями используется СКС. Она предназначена для выполнения кассовых операций, автоматизации обработки данных при реализации товаров, для учёта, накопления, обработки этих данных и печати платежных документов.



Выкладка товара

Выкладка товара производится по производителям от минимального по цене продукта к более дорогому. Акционные товары выделяются **красными/желтыми** ценниками.

Выкладывается колбасная продукция на двух видах витрин – **горизонтальной** и **вертикальной**.

На **горизонтальной** колбасы лежат одна к другой по видам, продукция срезается по диагонали, срез направлен к покупателю и обязательно закрыт пищевой пленкой, иначе он обветрится и станет серым.

На **горизонтальной** выкладываются вареные колбасы и ветчины с небольшой фасовкой (обычно 400 г.), сосиски и сардельки с небольшой фасовкой (обычно 330 г.) в вакуумных упаковках, кружки полукопченых колбас также в вакуумной упаковке, сырокопченые колбасы нарезанные в упаковке и подвешенные целыми батонами в ряд. Вакуумные упаковки разложены веером, тоже по видам.

На каждый вид колбасы имеется отдельная витрина: варёные колбасы отдельно от варёно-копчёных. Сырокопчёные отдельно от варёно-запечёных деликатесов. Холодец, сальтисон и паштет выложены в одной витрине с вакуумными нарезками



Дегустация

Дегустация это – самый простой и действенный способ завоевать сердце покупателя, обеспечивающий прямой контакт между продуктом и потребителем.

Дегустация колбасных изделий в нашем магазине проводится раз в месяц в субботу с **19:00** до **21:00**, также это то время, когда люди могут приобрести различные блюда или продукты по скидке.

Во время проведения дегустации мы устраиваем параллельный опрос людей на предмет качества колбасной продукции, пожеланий её улучшения, отношения к внешнему виду и прочее. Такой опрос проводится с целью улучшения производимой продукции.



Оформление наружной витрины

Для привлечения покупателей мы используем один из видов маркетинга – **витринизм**. Он позволяет нам визуально презентовать товар.

Мы оформляем витрину в таком же стиле, как и сам магазин – цветовая гамма, используемые отделочные материалы.





Мы в полной мере осознаем свою ответственность перед потребителем и обществом в целом, поэтому на предприятии внедрены **самые современные системы менеджмента качества, безопасности пищевых продуктов и охраны окружающей среды**, обеспечивающие выпуск продукции соответствующей требованиям потребителей законодательства.

Мы не стоим на месте, мы постепенно стремимся стать лучше во всех аспектах нашей деятельности. Развитие для нас – это хобби по достижению лучших результатов.

Мы только начинаем свой путь, но в будущем надеемся, что нам удастся стать номером один в данной отрасли.



Спасибо за
внимание!



ЭкоМит 

+375(29)37-28-71 

ekomeat@email.com 

ekomeat.by 