



РУКОВОДСТВО ПО
ВИЗУАЛЬНОМУ
МЕРЧЕНДАЙЗИНГУ

ЭТО РУКОВОДСТВО ОХВАТЫВАЕТ СТАНДАРТЫ ВИЗУАЛЬНОГО МЕРЧЕНДАЙЗИНГА СЕТИ **LOFT**. ИЗМЕНЕНИЯ БУДУТ ВНОСИТЬСЯ В СООТВЕТСТВИИ С НОВЫМИ ПОТРЕБНОСТЯМИ ИЛИ ТРЕБУЕМЫМИ ДОПОЛНЕНИЯМИ.

МЕНЕДЖЕРЫ МАГАЗИНОВ И ВИЗУАЛЬНЫЕ МЕРЧЕНДАЙЗЕРЫ ОДНИ ИЗ ПЕРВЫХ, КТО СЛЕДИТ ЗА ПОРЯДКОМ ПРИДЕРЖИВАНИЯ СТАНДАРТОВ.

ЦЕЛЬ:

ПРИДЕРЖИВАЯСЬ ОПРЕДЕЛЕННЫХ СТАНДАРТОВ,
ПОДДЕРЖИВАТЬ ИМИДЖ БРЕНДА И ПОВЫШАТЬ ОБЪЕМЫ
ПРОДАЖ.

ВИЗУАЛЬНЫЙ МЕРЧЕНДАЙЗИНГ

- Визуальный мерчендайзинг;

Искусство визуального мерчендайзинга обеспечивает альтернативную продажу товаров, отражает имидж бренда, определяет стиль товаров востребованных потребителем, увеличивая за счет этого объемы продаж.

ПОЧЕМУ ВИЗУАЛЬНЫЙ МЕРЧЕНДАЙЗИНГ?



- Целью большинства брендов является разработка модного дизайна товаров. Поэтому большинство производимых товаров очень схожи друг с другом.
- В числе возрастающей конкуренции потребитель определяет нас по ряду весомых различий.
- В создании розничной конкуренции в визуальном мерчендайзинге эти различия являются наиболее важным элементом.
- Сегодня маркетинг значительно влияет на психологическое состояние человека.
- Все что касается визуального восприятия, безусловно, влияет на человека, поскольку начинается с первого взгляда. Именно поэтому важно первое впечатление.
- В соответствии с этим, внизу указаны факторы, которые влияют на потребительские потребности. А именно:

1. Для поддержания имиджа бренда и целевой аудитории важен хороший дизайн витрин.
2. Имидж бренда зависит от правильной концепции.
3. Важно поддержание чистоты в торговом помещении.
4. Товар должен размещаться в торговом зале по отделам в соответствии коллекции.
5. Сигнализационная система должна быть расположена в правильных местах.
6. Освещение и система кондиционирования должны соответствовать стандартам.
7. В торговом зале должна все время играть хорошая музыка.
8. Персонал магазина должен быть опрятным и приветливым.
9. Персонал должен вступать в диалог с клиентом.

ВИТРИНА

- Витрина – это лицо магазина. Поэтому, витрина магазина должна привлекать внимание покупателя. Посмотрев на витрину магазина, покупатель сразу же должен оценить, какой товар представлен в нем, а также узнать примерный ценовой уровень товара.

РОЛЬ ВИТРИНЫ В ПРОДАЖЕ

- Витрина должна привлекать внимание покупателей.
- Этот маркетинговый инструмент служит для презентации магазина (и товара) в наиболее выгодном свете, заставляя прохожих становиться посетителями.

ВИТРИНА

НЕОБХОДИМЫЕ РАБОТЫ

- Придавать большое значение чистоте витрины и соответствующему стилю одежды на манекенах.
- Отображать ассортимент и ценовой уровень товара.
- Обязательно указывать цены на представленный товар.
- Выставлять товар, рекомендуемый отделом визуального мерчендайзинга.
- Ни в коем случае не выставлять единичные остатки товара.
- Одевать манекенов в соответствующие размеры.
- Не выставлять бракованные товары.

VİTRİN

VİTRİN MANKEN BEDENLERİ

ERKEK MANKEN

ÜST GRUP : M / L

ALT GRUP : 32x34 / 33x34

AYAKKABI : 42 / 43

KEMER : M / L

BAYAN MANKEN

ÜST GRUP : S

ALT GRUP : 27x33 / 28x33 :
27x34 / 28x34

AYAKKABI : 37 / 38

KEMER : S / M

VİTRİN MANKEN BEDENLERİ

ERKEK MANKEN (YENİ KALIP)

ÜST GRUP : S / M

ALT GRUP : 31x34

AYAKKABI : 42 / 43

KEMER : M

ВИТРИНА

ОДЕВАТЬ МАНЕКЕНОВ НУЖНО В ТАКОЙ ПООЧЕРЕДНОСТИ

1. Отделить руки от туловища.
2. Отделить верхнюю часть туловища от ног.
3. Отделить ноги от нижней части туловища.
 - Одеть нижнюю часть туловища и обувь.
1. Прикрепить ноги.
2. Прикрепить туловище к ногам.
3. Прикрепить одетую нижнюю часть к туловищу и закрепить на подставке.
4. Надеть ремень.
 - Одеть верхнюю часть туловища в такой поочередности: футболка – рубашка – трико.
1. Прикрепить руки.
2. Надеть верхнюю одежду.
3. Прикрепить кисти рук.
4. Для гармоничной и эстетичной визуализации необходимо снять с одежды клипсы и спрятать ценники.

ВИТРИНА

ОДЕВАЕМ В ТАКОЙ ПООЧЕРЕДНОСТИ



ВИТРИНА

ОФОРМЛЕНИЕ ЦЕН НА ВИТРИНЕ

- Цены на витрине должны оформляться подобно ценам на рисунке.
- В поочередности сверху вниз.
- В конце указываем цены на аксессуары.



LOFT THE ORIGINAL	
MONT	129 ⁹⁰ .TL
HIRKA	59 ⁹⁰ .TL
GÖMLEK	54 ⁹⁰ .TL
T-SHIRT	9 ⁹⁰ .TL
JEAN	79 ⁹⁰ .TL
AYAKKABI	79 ⁹⁰ .TL
Fiyatlarımıza KDV dahildir.	



ВИТРИНА



ТОРГОВЫЙ ЗАЛ

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ВИЗУАЛЬНОГО

МЕРЧЕНДАЙЗИНГА

В концепте сети **LOFT** очень важна соответствующая стандартам грамотная расстановка торгового оборудования, детальная проработка планировки торговых зон и в последствии грамотное расположение товарных групп. Отдел Визуального Мерчендайзинга обязует магазины выполнять лишь указания, данные этим отделом, не более.

ТОРГОВЫЙ ЗАЛ ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ВИЗУАЛЬНОГО МЕРЧЕНДАЙЗИНГА

НАСТЕННЫЙ ИНВЕНТАРЬ

В магазинах сети **LOFT** используется 4 вида внутренней компоновки торгового оборудования:

- CASUAL PANEL
- DİKMELİ CASUAL PANEL
- DENİM BAR
- KÜTÜPHANE

НАСТЕННЫЙ ИНВЕНТАРЬ CASUAL PANEL

LOFT
THE ORIGINAL



НАСТЕННЫЙ ИНВЕНТАРЬ

DİKMELİ CASUAL PANEL

LOFT
THE ORIGINAL



НАСТЕННЫЙ ИНВЕНТАРЬ

DENIM BAR



13/11/2012 08:24

НАСТЕННЫЙ ИНВЕНТАРЬ КЎТИРХАНЕ

LOFT
THE ORIGINAL



13/11/2012 08:44

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ВИЗУАЛЬНОГО МЕРЧЕНДАЙЗИНГА



ПОРЯДОК РАЗМЕЩЕНИЯ ТОВАРА

CASUAL PANEL

ВЕРХНИЕ ПЕРЕДНИЕ ВЕШАЛКИ

- На верхней передней вешалке должно быть представлено не более 4 вещей (футболка – рубашка – трикотажная кофта – верхняя одежда).
- Вещи должны быть размера М в мужском отделе и размера S в женском.
- Вещи по размерам должны быть в двух экземплярах.
- Оставшиеся размеры вывешиваются в поочередности от меньшего размера к большему: мужские (S-M-L-XL-XXL), женские (XS-S-M-L-XL) за передней вешалкой на которой представлено 4 вещи (футболка – рубашка – трикотажная кофта – верхняя одежда).
- Продавцы должны следить за наличием товара в зале и при возникновении потребности пополнять со склада.
- Если товар в разбитой ростовке, он должен быть скомбинирован по стилю и в соответствующей цветовой гамме.



СОСТОЯНИЕ И КАЧЕСТВО ВИЗУАЛЬНОГО МЕРЧЕНДАЙЗИНГА

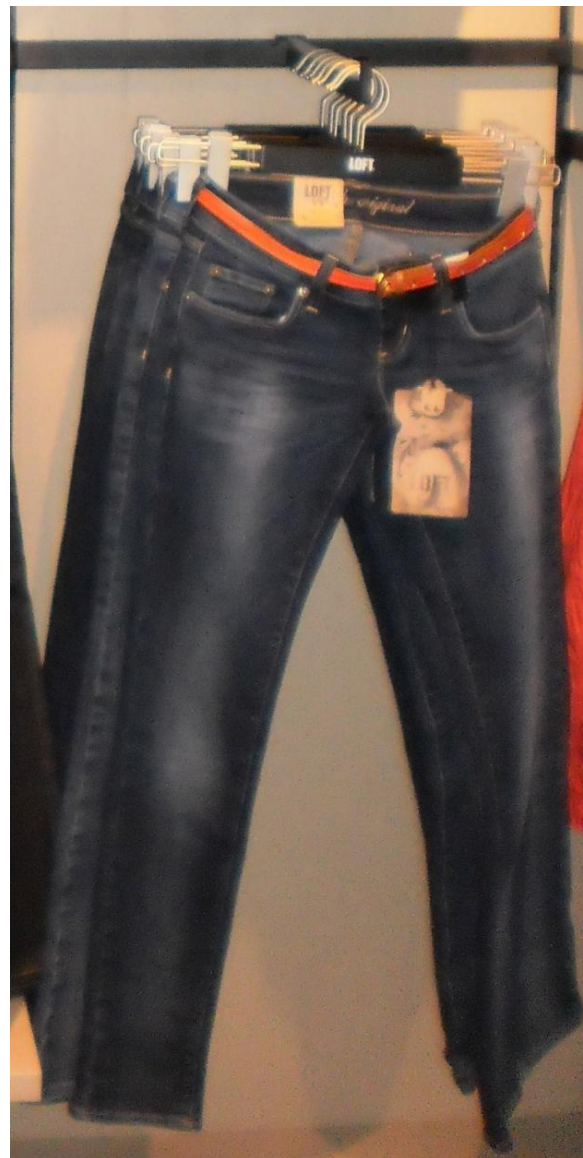


ПОРЯДОК РАЗМЕЩЕНИЯ ТОВАРА

CASUAL PANEL

НИЖНИЕ ПЕРЕДНИЕ ВЕШАЛКИ

- На передних нижних вешалках в основном размещаются (брюки, джинсы, юбки)
- Представленная группа товара должна быть длиной 32 (мужская) и 30 или 32 (женская).
- Товар размещается в поочередности от малого размера к большему.
- Продавцы должны следить за наличием товара в зале и при возникновении потребности пополнять со склада.
- Если товар в разбитой ростовке, он должен быть скомбинирован по стилю и в соответствующей цветовой гамме.



ВИЗУАЛЬНОГО МЕРЧЕНДАЙЗИНГА



ПОРЯДОК РАЗМЕЩЕНИЯ ТОВАРА

CASUAL PANEL

НИЖНИЕ БОКОВЫЕ ВЕШАЛКИ

- На нижних боковых вешалках товар размещается в соответствующей комбинации стиля и цвета.
- Товар размещается в передней части торгового зала, ближе к входу.
- Товар на вешалках размещается так, как указано ниже.

OPTION SAYSI	OPTION İÇERİĞİ	TOPLAM ÜRÜN
6	4	24
5	5	25
4	6	24

- Продавцы должны следить за наличием товара в зале и при возникновении потребности пополнять со склада.
- Если товар в разбитой ростовке, он должен быть скомбинирован по стилю и в соответствующей цветовой гамме.



ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ВИЗУАЛЬНОГО МЕРЧЕНДАЙЗИНГА



ПОРЯДОК РАЗМЕЩЕНИЯ ТОВАРА

CASUAL PANEL

ПОРЯДОК РАЗМЕЩЕНИЯ ТОВАРА НА ПОЛКАХ

- Товар размещается на средней полке в сложенном виде.
- Товар должен размещаться в комбинации соответствующего стиля и цветовой гаммы.
- В основном размещаются такие вещи: футболка – бобка – трикотаж, вплоть до обуви.
- Стопки сложенного товара должны быть одинаковой толщины и ростовки и размещаться в поочередности от меньшего размера к большему.
- Продавцы должны следить за наличием товара в зале и при возникновении потребности пополнять со склада.
- Если товар в разбитой ростовке, он должен быть скомбинирован по стилю и в соответствующей цветовой гамме.



ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ВИЗУАЛЬНОГО МЕРЧЕНДАЙЗИНГА



ПОРЯДОК РАЗМЕЩЕНИЯ ТОВАРА

CASUAL PANEL

ЧАСТЬ МЕНЕКЕНА

- На этих полках размещаются манекены одетые в определенную коллекцию.
- Одетые на манекене вещи должны быть представлены в зале на верхних вешалках.
- Размеры вещей, в которые одеваем манекенов:

ЖЕНСКИЕ

ВЕРХ : S

НИЗ : 27 / 28

МУЖСКИЕ

ВЕРХ : M / L

НИЗ : 31 / 32



ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ВИЗУАЛЬНОГО МЕРЧЕНДАЙЗИНГА



ПОРЯДОК РАЗМЕЩЕНИЯ ТОВАРА

JEAN REYONU

РАЗМЕЩЕНИЕ ТОВАРА НА ПОЛКАХ

- В этом отделе представлены только джинсовые брюки.
- На каждой полке должно быть не больше 9 пар.
- Товар должен быть сложен и размещен так, чтоб было видно этикетку и размер.
- Товар размещается в поочередности от меньшего размера к большему.



ТОРГОВЫЙ ЗАЛ ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ВИЗУАЛЬНОГО МЕРЧЕНДАЙЗИНГА



ПОРЯДОК РАЗМЕЩЕНИЯ ТОВАРА

DENIM BAR

ВЕШАЛКИ И СТОЛ

- В этом отделе на вешалках размещаются самые востребованные товары и товары из новой коллекции.
- Товар размещается по длине и в поочередности от меньшего размера к большему.
- На столе размещается в соответствии размера и ростовки Cont Jean Pantolonlar, Kampanyali Jean Pantolonlar или Trendy Jean Pantolonlar.
- Лишний товар размещается под столом.



ТОРГОВЫЙ ЗАЛ ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ВИЗУАЛЬНОГО МЕРЧЕНДАЙЗИНГА



ПОРЯДОК РАЗМЕЩЕНИЯ ТОВАРА KÜTÜRHANE ПАРНЫЕ БОКОВЫЕ ВЕШАЛКИ И СТОЛ

- В этом отделе на вешалках размещаются самые востребованные товары и товары из новой коллекции.
- Товар размещается по длине и в поочередности от меньшего размера к большему.
- На столе размещается в соответствии размера и ростовки Cont Jean Pantolonlar, Kampanyalı Jean Pantolonlar или Trendy Jean Pantolonlar.
- Лишний товар размещается под столом.



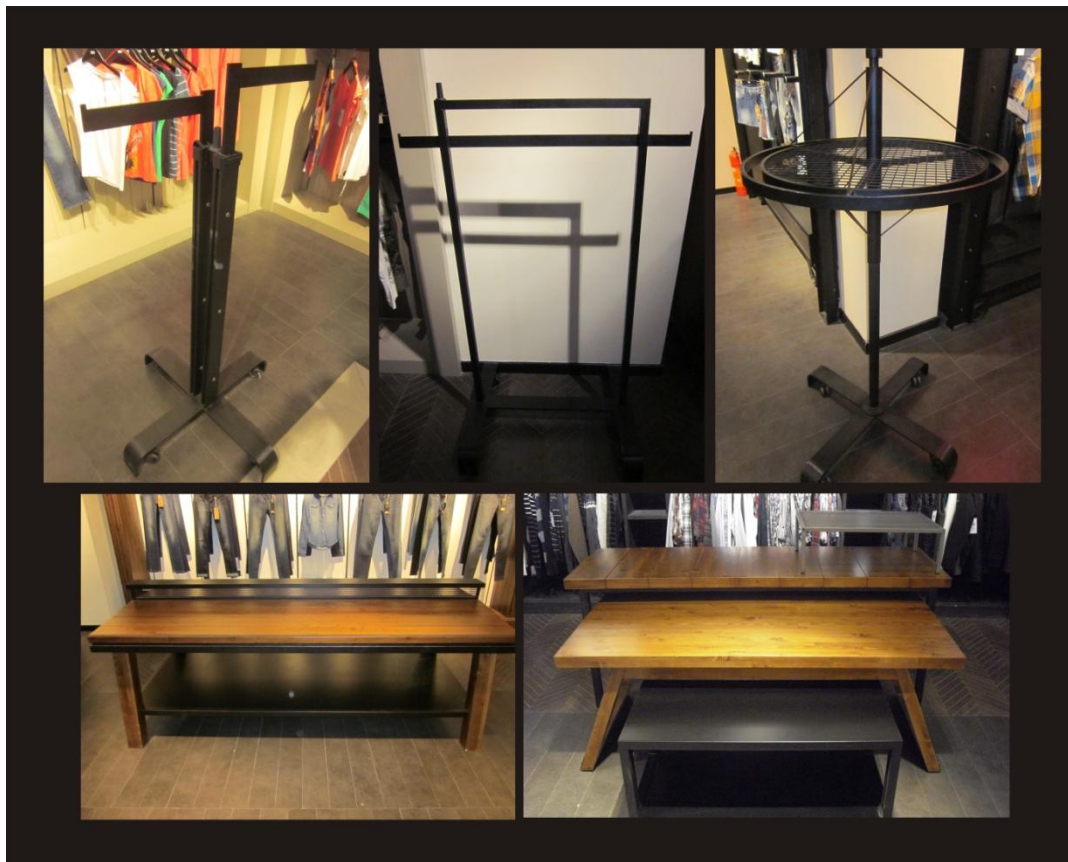
ТОРГОВЫЙ ЗАЛ ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ВИЗУАЛЬНОГО МЕРЧЕНДАЙЗИНГА

LOFT
THE ORIGINAL

ИНВЕНТАРЬ

В магазинах LOFT
используется инвентарь 5
ВИДОВ:

- CASUAL MASA
- DENİM MASASI
- 120' LİK T-STAND
- 60' LİK T-STAND
- YUVARLAK STAND



ТОРГОВЫЙ ЗАЛ ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ВИЗУАЛЬНОГО МЕРЧЕНДАЙЗИНГА



CASUAL MASA

Casual masa (стол) используется по разному в разных точках торгового зала.

- У входа в торговый зал.
- Перед настенным инвентарем.
- Посреди торгового зала.

ТОРГОВЫЙ ЗАЛ ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ВИЗУАЛЬНОГО МЕРЧЕНДАЙЗИНГА



CASUAL MASA

В основном во всех магазинах этот инвентарь используется одинаково. Время от времени на этих столах меняется ассортимент товаров.

- Товар, который не помещается на этих панелях, комбинируется.
- Товар, который не помещается на панелях, комбинируется в соответствии стиля и цветовой гаммы и размещается на столах.
- Комбинированные вещи должны размещаться по сериям.
- Товар размещается в поочередности от меньшего к большему.
- Товар на торговых столах должен быть красиво сложен.



ТОРГОВЫЙ ЗАЛ ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ВИЗУАЛЬНОГО МЕРЧЕНДАЙЗИНГА



CASUAL MASA

- Товар должен размещаться по коллекциям.
- Товар должен формироваться по коллекциям и группам (v-ворот-о-ворот-поло) или (длинный рукав – короткий рукав).
- Каждый размер должен быть в двух экземплярах.
- Товар должен быть сложен в поочередности от меньшего размера к большему.
- Обязательно использовать указатели цен.



ТОРГОВЫЙ ЗАЛ

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ

ВИЗУАЛЬНОГО МЕРЧЕНДАЙЗИНГА

DENIM MASASI



- Эти столы используются только в отделе Denim Bar.
- На этих столах в основном размещаются только самые новые\модные товары.
- Джинсы размещаются на столах в сложенном напополам виде.
- Товар размещается в ростовке и поочередности от меньшего размера к большему .
- Лишний товар размещается под столом.



ТОРГОВЫЙ ЗАЛ

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ВИЗУАЛЬНОГО

МЕРЧЕНДАЙЗИНГА



T-STAND (РЕЙЛЫ)

Рейлы используется по разному в разных точках торгового зала.

- Перед настенным инвентарем, рядом со столом.
- Посреди магазина.

ТОРГОВЫЙ ЗАЛ ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ВИЗУАЛЬНОГО МЕРЧЕНДАЙЗИНГА



T-STAND (РЕЙЛЫ)

- Casual столы размещаются перед Casual панелями.
- Товары, которые не помещаются на панелях, комбинируются в соответствии стиля и цветовой гаммы и размещаются на рейлах.
- Товар должен соответствовать серии\ростовке.
- Товар размещается в поочередности от меньшего размера к большему.
- Продавцы должны следить за наличием товара в зале и при возникновении потребности пополнять со склада.
- Если товар в разбитой ростовке, он должен быть скомбинирован по стилю и в соответствующей цветовой гамме.



ТОРГОВЫЙ ЗАЛ ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ВИЗУАЛЬНОГО МЕРЧЕНДАЙЗИНГА



T-STAND(РЕЙЛЫ)

- Средина торгового зала.
- В районе стен размещены товары, которых мало (бобки, спортивные штаны).
- Более дешевый товар размещается по группам.
- Продавцы должны следить за наличием товара в зале и при возникновении потребности пополнять со склада.
- Обязательно использование указателей цен.



ТОРГОВЫЙ ЗАЛ ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ВИЗУАЛЬНОГО МЕРЧЕНДАЙЗИНГА

YUVARLAK STAND

- Эти рейлы размещаются посреди торгового зала.
- В основном на них вывешивают футболки.
- Футболки формируются по группам (v-ворот, o-ворот).
- Каждый размер должен быть в двух экземплярах и размещаться в поочередности от меньшего размера к большему.
- Продавцы должны следить за наличием товара в зале и при возникновении потребности пополнять со склада.
- Обязательно использование указателей цен.



ТОРГОВЫЙ ЗАЛ ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ВИЗУАЛЬНОГО МЕРЧЕНДАЙЗИНГА



ПОРЯДОК РАЗМЕЩЕНИЯ ТОВАРА

- **ASKI ÇEŞİTLERİ (РАЗНОВИДНОСТИ ВЕШАЛОК)**
- **ASKILAMA (РАЗВЕШИВАНИЕ)**
- **KATLAMA (СКЛАДЫВАНИЕ)**
- **ALARMLAMA (КЛИПСОВАНИЕ)**

ТОРГОВЫЙ ЗАЛ ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ВИЗУАЛЬНОГО МЕРЧЕНДАЙЗИНГА

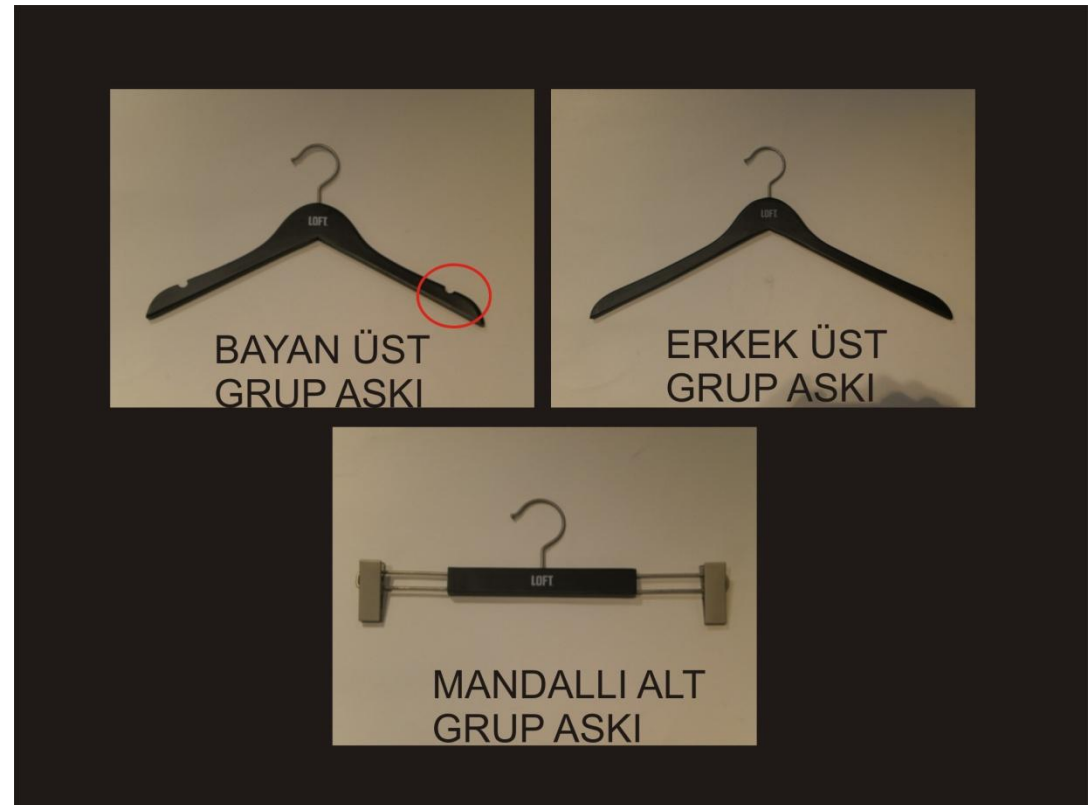


ПОРЯДОК РАЗМЕЩЕНИЯ ТОВАРА

РАЗНОВИДНОСТИ ВЕШАЛОК

В наших магазинах используются 3 вида вешалок.

- Вешалки для женской верхней одежды (курток-трикотажных вещей-рубашек-толстовок-футболок)
- Вешалки для мужской верхней одежды (курток-трикотажных вещей-толстовок-футболок)
- Вешалки с прищепками для мужской и женской одежды.



ТОРГОВЫЙ ЗАЛ

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ

ВИЗУАЛЬНОГО МЕРЧЕНДАЙЗИНГА

ПОРЯДОК РАЗМЕЩЕНИЯ ТОВАРА

РАЗВЕШИВАНИЕ

- Верхняя женская одежда развешивается так, чтоб было видно логотип.
- Мужская верхняя одежда развешивается так же, чтоб было видно логотип.
- Женские юбки и брюки, также мужские брюки развешиваются на вешалки с прищепками так, чтоб было видно логотип.
- Брюки со стрелками складываются по стрелкам и развешиваются на вешалки с прищепками.
- Остальная группа товара развешивается в развернутом виде.



BAYAN ÜST GRUP



ERKEK ÜST GRUP



ETEK



JEAN PANTOLON



ÜTÜ İZLİ ALT GRUP



ÜTÜ İZİ OLMAYAN
ALT GRUP

ТОРГОВЫЙ ЗАЛ

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ

ВИЗУАЛЬНОГО МЕРЧЕНДАЙЗИНГА



ПОРЯДОК РАЗМЕЩЕНИЯ ТОВАРА

СКЛАДЫВАНИЕ

- Размещение джинсового товара на полках.
- Джинсы складываются и размещаются на полках так, как изображено на рисунке.
- Товар размещается в поочередности от малых размеров к большим.
- На полке должно быть не более 9 пар брюк.
- Товар размещается на полках так, чтобы была видна этикетка и размер.



ТОРГОВЫЙ ЗАЛ

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ВИЗУАЛЬНОГО МЕРЧЕНДАЙЗИНГА

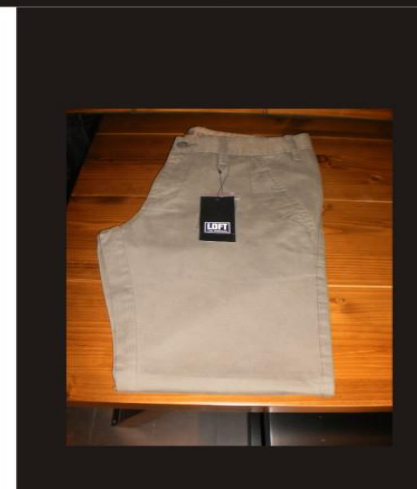


ПОРЯДОК РАЗМЕЩЕНИЯ ТОВАРА

СКЛАДЫВАНИЕ

- Размещение брюк на торговом столе

- Изображенные на рисунке брюки Chino складываются двумя различными способами.
- Если брюки одинакового фасона разных цветов, выставляются они только в 32 размере.
- В стопке должно быть не более 9 пар.

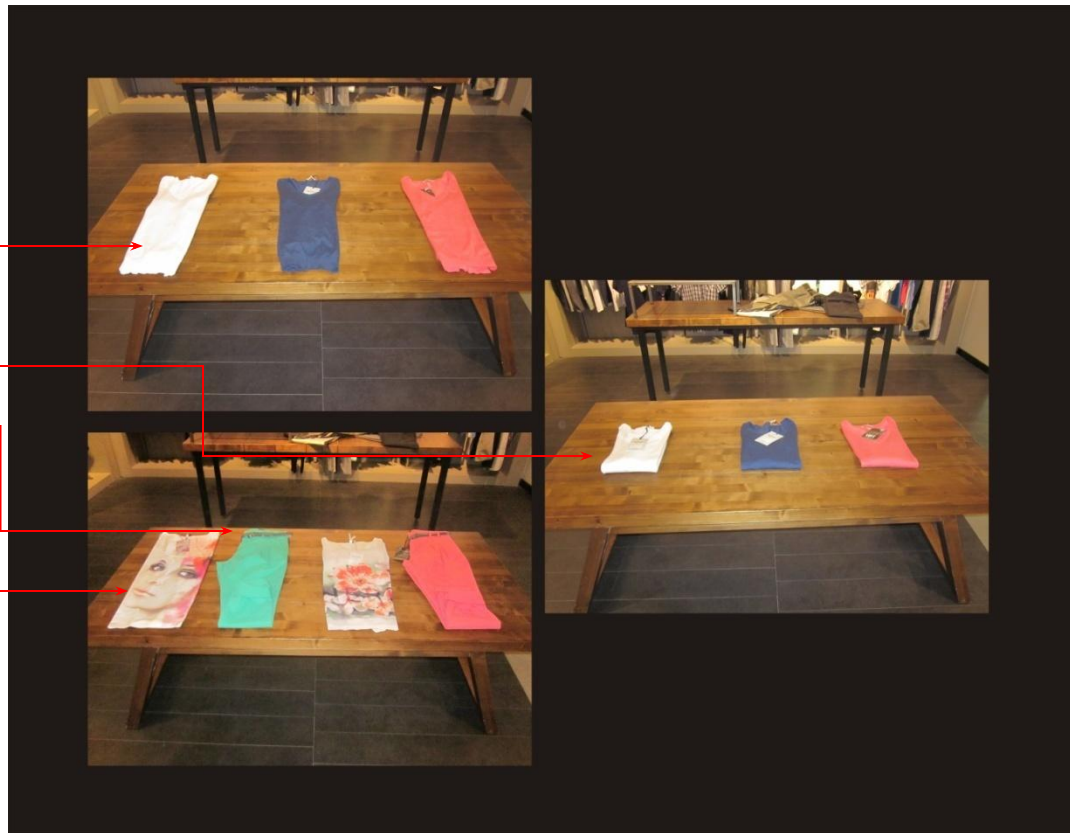


ТОРГОВЫЙ ЗАЛ ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ВИЗУАЛЬНОГО МЕРЧЕНДАЙЗИНГА

ПОРЯДОК РАЗМЕЩЕНИЯ ТОВАРА

СКЛАДЫВАНИЕ

- Размещение верхней одежды на торговом столе.
- Товар на торговом столе размещается по-разному, в зависимости от фасона или поштучно.
- Размещается так, как изображено на рисунке.
- Пример размещения вещей с принтами.
- Товар размещается в поочередности от малых размеров к большим.



ТОРГОВЫЙ ЗАЛ ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ВИЗУАЛЬНОГО МЕРЧЕНДАЙЗИНГА



ПОРЯДОК РАЗМЕЩЕНИЯ ТОВАРА

КЛИПСОВАНИЕ

Для того, чтобы уберечь товар от кражи, используются клипсы. Будьте аккуратны, когда вы клипсуете и развешиваете вещи, старайтесь их не испортить и не испачкать.

- Клипсование верхней группы товаров
- Клипсование нижней группы товаров
- Клипсование обуви
- Клипсование аксессуаров

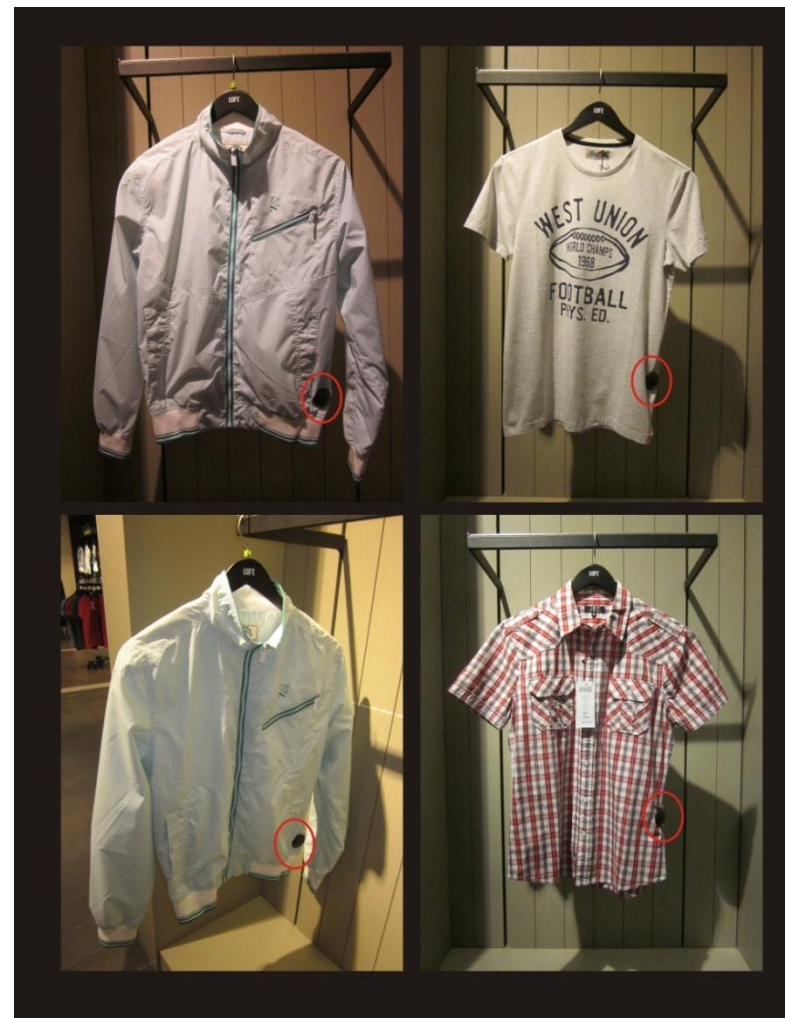
ТОРГОВЫЙ ЗАЛ ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ВИЗУАЛЬНОГО МЕРЧЕНДАЙЗИНГА

LOFT
THE ORIGINAL

ПОРЯДОК РАЗМЕЩЕНИЯ ТОВАРА КЛИПСОВАНИЕ

КЛИПСОВАНИЕ ВЕРХНЕЙ ГРУППЫ ТОВАРОВ

- Верхняя группа товаров клипсуется на палец выше от этикетки.
- Чтоб не повредить товар, клипсу нужно помещать по шву.



ТОРГОВЫЙ ЗАЛ

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ВИЗУАЛЬНОГО МЕРЧЕНДАЙЗИНГА

LOFT
THE ORIGINAL

ПОРЯДОК РАЗМЕЩЕНИЯ ТОВАРА

КЛИПСОВАНИЕ

КЛИПСОВАНИЕ НИЖНЕЙ ГРУППЫ ТОВАРОВ

- Нижняя группа товаров клипсуется по шву левого заднего кармана.
- Помещать клипсу нужно так чтоб она не мешала при развешивании товара.



HAZIRLAYAN



**GÖRSEL DÜZENLEME
DEPARTMANI**