

Основы мерчандайзинга



бытовая техника & электроника

Учебный центр

✉ trainingc@rbt.ru

☎ +7 (351) 239-39-68

Содержание

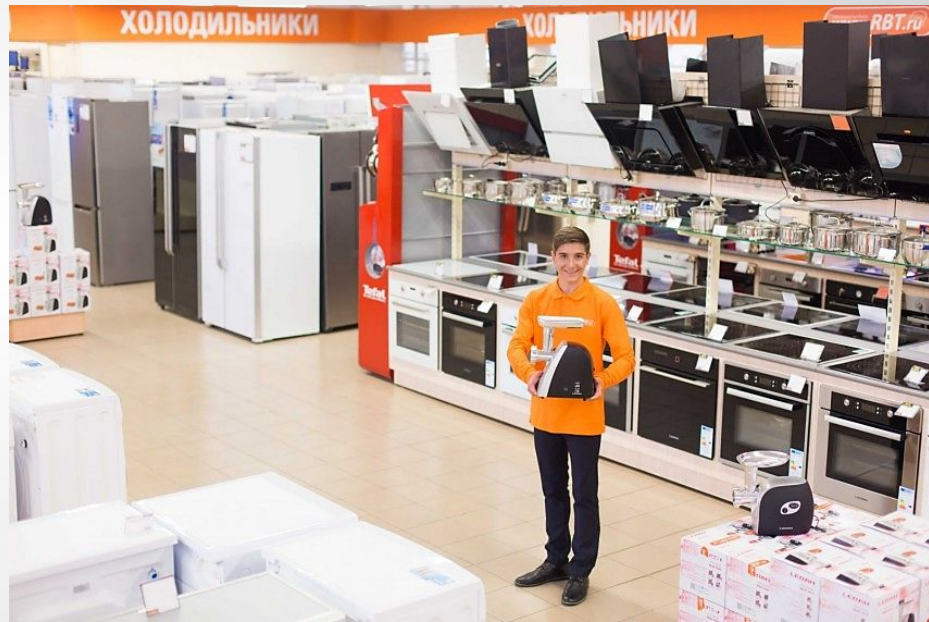
1. Чистота торгового зала
2. Освещение торгового зала
3. Аудио- и видео-трансляция в салоне
4. Принцип полной выкладки товара
5. Соответствие цен и коэффициентов ликвидности действующему прайсу
6. Способы и виды расстановки товара
7. Выставление товара относительно края торгово-выставочного оборудования
8. «Прозрачность» торгового зала
9. Равномерное распределение товара на витрине и крючках
10. Размещение товара в накопителях
11. «Зелёный коридор»
12. Выкладка товара на торцевых стеллажах
13. Паллетная выкладка товара
14. Кросс-мерчандайзинг
15. Презентация товара на навесном оборудовании
16. Антикражная защита товара

1. Чистота торгового зала

На протяжении всего рабочего дня в магазине и всех подсобных помещениях должна поддерживаться чистота.

К открытию магазина должны быть чистыми:

1. Пол.
2. Товар, выставленный на витрину и в накопители.
3. Торговое оборудование.
4. Ценники.
5. Форменная одежда персонала.



2. Освещение торгового зала

Необходимо постоянно следить за исправностью освещения торгового зала и оборудования, обеспеченного подсветкой.



В случае выхода из строя хотя бы одной лампы ее необходимо немедленно заменить.

3. Аудио- и видео-трансляция в салоне

Видео

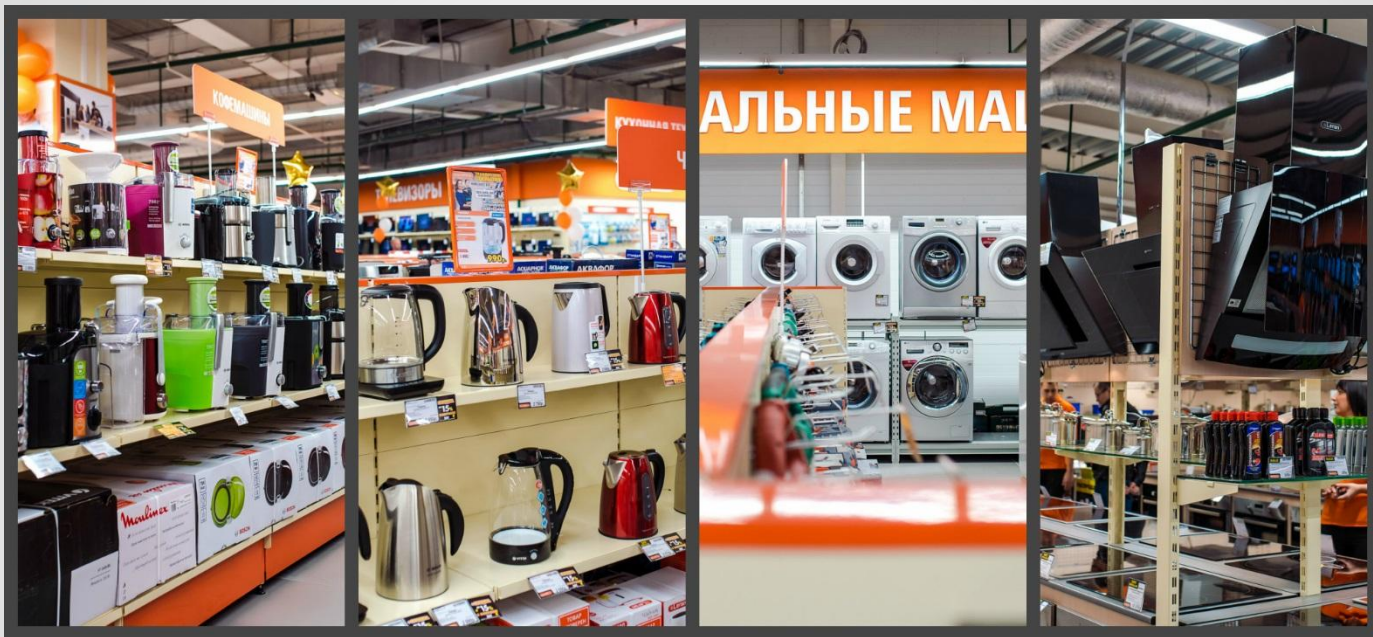
На протяжении всего времени, в которое салон открыт для покупателя, экраны ТВ, мониторов и ноутбуков должны быть включены и транслировать ролик с текущей рекламной акцией.

Аудио

На протяжении всего времени, в которое салон открыт для покупателя, все музыкальные центры, домашние театры, магнитолы и автомагнитолы должны быть включены и настроены на радиостанцию с наилучшим сигналом приема. Громкость должна быть такой, чтобы не мешала общению продавца и покупателя и создавала фон из музыкальных фонов всего дня, по системе громкой связи должен транслироваться корпоративный музыкальный радио-поток.



4. Принцип полной выкладки товара



Весь товар, имеющийся на остатках магазина должен быть выставлен на витрину. В случае, если места для выставления всего товара не достаточно, необходимо сообщить об этом директору салона.

5. Соответствие цен и коэффициентов ликвидности действующему прайсу

Цена и коэффициент ликвидности на ценниках должны быть актуальны и должны соответствовать значениям в программе 1С.

Необходимо ежедневно производить сверку цен и коэффициентов ликвидности на ценниках и в программе 1С на предмет их изменения.



Для удобства проверки цен и коэффициентов ликвидности можно использовать терминал сбора данных (ТСД).

К тому же, с помощью этого действия можно увидеть, какие товары не были отсканированы, а значит они не выставлены.

6. Способы и виды расстановки товара

Выкладка товара играет одну из основных ролей в его продаже. Покупатель, в первую очередь, должен заинтересоваться товаром, увидеть весь ассортимент предлагаемой продукции. Выкладка товара - это, своего рода, искусство демонстрации товара. Выкладка должна быть аккуратной, ценники на всей группе должны стоять одинаково, не заставляя покупателя их искать.

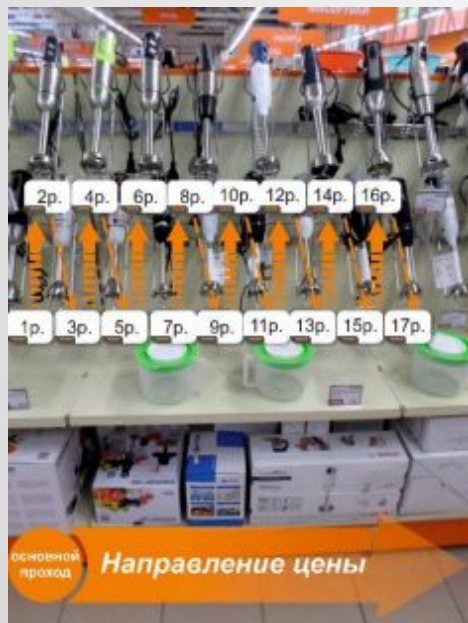
Выкладка осуществляется в соответствии с регламентами, которые находятся на ресурсе doc.rbt.ru (Путь: Салон розничной сети – Продавец – Мерчандайзинг).



6. Способы и виды расстановки товара

Выкладка вертикальным блоком

Товар презентуется снизу вверх, цена от низкой к высокой по ходу движения покупателя либо от основного прохода.



Выкладка горизонтальным блоком

Товар презентуется в линию, как правило не меняя высоты расположения. Цена возрастает от основного прохода либо по ходу движения покупателя



6. Способы и виды расстановки товара

Существуют такие понятия , как «**горячая**» и «**холодная**» зона на стеллаже.

Горячая зона – это область стеллажа, на которую в первую очередь обращает внимание покупатель (отмечено на рисунке розовым цветом).



Холодная зона - это область стеллажа, на которую покупатель в меньшей степени, либо вообще не обращает свой взор.

6. Способы и виды расстановки товара

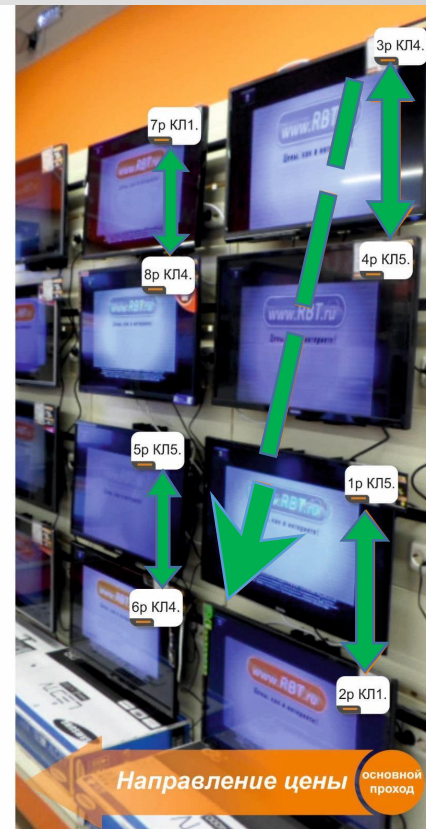
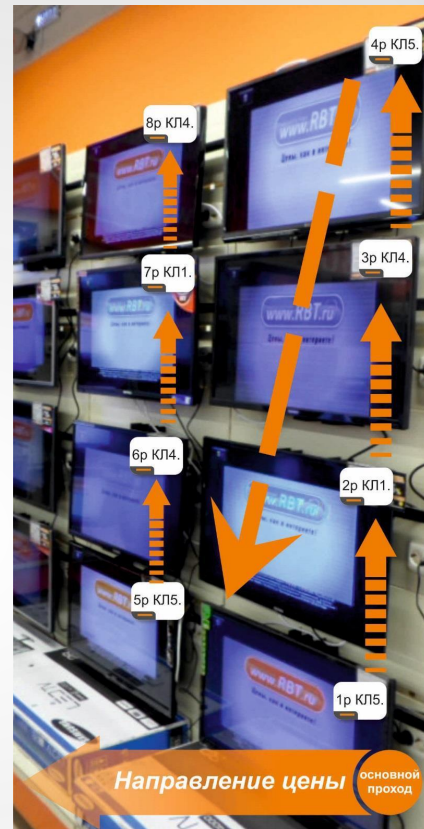
Приоритетность в выкладке

Выкладка товара осуществляется по нескольким критериям: цена и коэффициент ликвидности. При выкладке товара вертикальным блоком возможны отклонения в выкладке в соответствии с расположением товара по коэффициенту ликвидности.

Отсюда следует, что в горячей зоне должны преобладать товары с коэффициентом ликвидности - 4, 5, а в холодной зоне, соответственно, - 1, 2. Возможна перестановка товара (нарушения выкладки по ценовому приоритету) для презентации товара в горячей зоне с КЛ 4, 5, но разница в цене между переставляемыми товарами не должна превышать 5% от низкого по стоимости товара.

Если товар с более высоким КЛ расположен на не приоритетной полке, в то время как следующий в выкладке товар с меньшим КЛ расположен на очень приоритетной полке, необходимо произвести перестановку товара по уровням, так как это представлено на иллюстрации.

В данном случае товар с КЛ 4 останется на прежнем месте, без изменений. Товары с КЛ 5 должны всегда находиться в горячих зонах для стимуляции продаж.



Неприоритетная полка – ярус, расположенный на высоте от 0 до 70см., ниже уровня глаз.

Приоритетная полка – ярус, расположенный на высоте свыше 1,7м. от пола, выше уровня глаз.

Очень приоритетная полка – ярус, расположенный на высоте от 80см. до 1,6м. от пола, на уровне глаз.

7. Выставление товара относительно края торгово-выставочного оборудования

Товар должен быть выставлен таким образом, чтобы максимально закрывать собой торгово-выставочное оборудование.

При выставлении товара на витрину или в накопитель необходимо максимально выдвигать его на край торгово-выставочного оборудования. Весь товар, выставленный на одну линию стеллажей, так же должен быть выровнен относительно друг друга.



8. «Прозрачность» торгового зала

Выкладка товара на витринах не должна препятствовать «прозрачности» торгового зала.

Высота
стеллажа

Верхний край
товара

При выставлении товара на верхних полках островных стеллажей необходимо следить за тем, чтобы верхний край презентованного образца не был выше края стеллажа. При необходимости нужно изменить конфигурацию стеллажа, опустив полку ниже.



9. Равномерное распределение товара на витрине и крючках

Товар на витрине размещается равномерно. Между товарами одной группы должно быть одинаковое расстояние.

При продаже витринного образца, необходимо сразу раздвинуть товары таким образом, чтобы они были равномерно распределены по витрине.



10. Размещение товара в накопителях



Товар, расположенный в накопителе должен соответствовать товару на витрине, кроме того, товар в накопителе размещается максимально закрывая торговое оборудование.

Лицевая сторона упаковки должна быть обращена к покупателю.

Коробки с товаром, размещенным на витрине, должны быть расположены под выставочным образцом.

Это облегчает поиск выбранного товара и делает возможными самостоятельные покупки в режиме самообслуживания.

Дублирующий товар, расположенный в накопителе, должен быть проверен и оформлен по технологии «Зелёный коридор»

11. «Зелёный коридор»

«Зелёный коридор» – это технология оформления и расположения мелкой бытовой техники в салоне. Товар, оформленный по данной технологии, готов к продаже, и клиент его может приобрести в режиме самообслуживания («взял и пошёл на кассу»).

При подготовки товара к продаже по системе «зелёный коридор» необходимо:

- ✓ Провести проверку товара (осмотр по внешнему виду, проверка комплектности товара, проверка на включение).
- ✓ Заполнить гарантийный талон (поставить печать, указать ФИО проверяющего, подпись).
- ✓ Приклеить специальную наклейку «товар проверен» на коробку с товаром.
- ✓ Коробка обматывается специальной бандажной лентой.

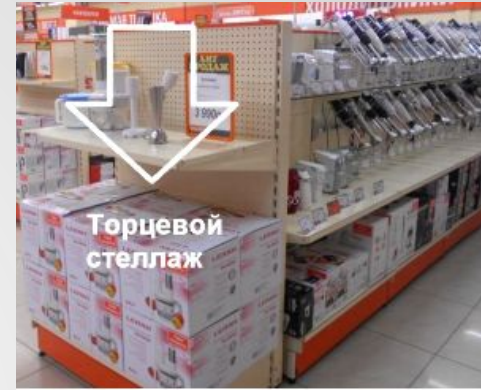


Данный товар располагается в накопителях, паллетах и

12. Выкладка товара на торцевых стеллажах

Торцевой стеллаж – это отдельно стоящий стеллаж, расположенный в центральном проходе магазина, на торце основной линейки стеллажей.

Торцевой стеллаж помогает акцентировать внимание на товаре, за счет более выгодного расположения по отношению к другим стеллажам. Внимание покупателей в первую очередь направлено на товар, расположенный в начале представления всей товарной группы.



На торцевом стеллаже выставляется одна номенклатурная единица товара: посередине полки, справа ценник A4, слева аксессуар.

12. Выкладка товара на торцевых стеллажах

Приоритет размещения товара на торцевом стеллаже.

Товар на торцевом стеллаже выставляется строго по уровням приоритета. Предпочтение всегда отдается товару с более высоким уровнем приоритета:

Приоритет 1. Размещение товара определенного бренда (аренда торца вендором) (Рисунок 1).

Приоритет 2. Размещение товара предусмотренного рекламной акцией по приказу (Рисунок 2).

Приоритет 3. Размещения товаров собственной торговой марки (СТМ) (Рисунок 3).

Приоритет 4. Размещение товара с ролью «Спец. Предложение» (Рисунок 4).

Приоритет 5. Размещение товара КЛ5, КЛ4 (товары с ролью SALE и Уценка – выставлять запрещено!).



Рисунок
1



Рисунок
2



Рисунок
3



Рисунок
4

13. Паллетная выкладка товара

Паллетная выкладка товара – это выкладка товара на паллете (подиуме) в упаковке производителя. Паллета - деревянный подиум, предназначенный для выкладки товаров в больших количествах в торговом зале, с целью привлечения внимания к товару.

Правила оформления паллетной выкладки.

Максимальная высота паллетной выкладки вместе с подиумом, распакованным образцом и ценником А4 не должна превышать **1,6 метра**, а минимальная высота должна быть не ниже **1,4 метра**.

Примечание: запчасти распакованных образцов не входят в высоту выкладки (Например: шланг пылесоса или вешалка отпаривателя).

При размещении паллетной выкладки всегда должно учитываться минимальное расстояние для прохода покупателей 1,3 метра, между стеллажами и выкладкой, со всех сторон вокруг нее.

Товар на паллетной выкладке не должен выступать за границы паллета (подиума), по возможности выставляется по его границам.



14. Кросс-мерчандайзинг

Кросс-мерчандайзинг – размещение сопутствующих аксессуаров в непосредственной близости с основным товаром. Все аксессуары, размещенные в кросс-мерчандайзинге должны быть представлены в основной презентации этой группы аксессуаров.

При размещении аксессуаров в кросс-мерчандайзинге необходимо руководствоваться следующими правилами:

1. Аксессуары должны соответствовать тому товару, рядом с которым они выставлены (например, рядом с пылесосом необходимо выставлять те мешки, которые подходят к нему).
2. Если есть несколько аксессуаров, которые можно выставить, тогда выставляется более популярный товар (например, к стиральной машине в первую очередь необходимо выставлять стиральный порошок и/или средство от накипи)
3. Цена аксессуара не должна превышать 30-40% от стоимости основного товара.
4. При выставлении аксессуаров на товар (рисунок 2), необходимо его размещать в корзинах. Товар в корзине должен быть одного наименования, в количестве не менее 4 штук.
5. При выставлении аксессуаров на товар необходимо выставлять их на каждую четвертую позицию товара.



Рисунок 1



Рисунок 2

15. Презентация товара на навесном оборудовании

Для организации мест продажи товара, который необходимо презентовать на навесном оборудовании, необходимо соблюдать следующие правила:

1. На одной единице оборудования может располагаться товар одной марки и бренда.
2. Выставленный товар должен соответствовать обозначенному товару в ценнике.
3. Товар, расположенный в лицевой части презентации всей глубины, не должен быть поврежден, иметь явные нарушения упаковки в виде: царапин, мятых частей, потертостей и т.д.
4. Крючки должны располагаться в одну линию. Представление товара должно быть организовано равномерно по всей длине крючка. Товар, расположенный в лицевой части, необходимо располагать ближе к краю крючка (со стороны покупателя).
5. Товар, оставшийся в единичном экземпляре, должен располагаться на краю крючка со стороны покупателя. Запрещается продвигать товар к задней стенке.



Неправиль



Правиль



16. Антикращная защита товара

При размещении товара на стеллажах, необходимо произвести его антикращную обработку.

Антикращная обработка производится с помощью:

Акустомагнитной этикетки



Акустомагнитного датчика



Стационарной антикращной системы



Рекомендации по эксплуатации акустoмагнитных защитных этикеток

Они должны храниться в сухом месте. Если этикетки хранятся в холодном помещении, перед нанесением их на товар требуется не менее 1 часа, чтобы они прогрелись. Иначе в последующем возможно отклеивание этикеток.

Будьте осторожны, даже кратковременное нахождение рулона этикеток в зоне действия деактиватора или магнитного поля делает их непригодными для дальнейшего использования.

Основные требования по нанесению этикеток:



- Клеить этикетки необходимо на сухую, гладкую поверхность товара. Пожалуйста, не наклеивайте этикетки на влажную продукцию!
- При нанесении этикетки на товар на неё нельзя нажимать и перегибать ее. Однако, незначительные перегибы допускаются, например, при наклеивании на закруглённые поверхности, но при этом качество детекции (обнаружения) ухудшается.
- Этикетка не должна закрывать наименование, цену и описание состава товара, чтобы покупатель не пытался отклеить этикетку.
- Рано или поздно покупатели и особенно профессиональные воры обнаружат, где вы обычно клеите этикетки. Поэтому по возможности периодически меняйте место нанесения этикетки.
- Не рекомендуется клеить этикетки непосредственно на изделия из кожи (стулья, кресла). При производстве этикеток используется клей, который оставляет следы на таких изделиях.
- Расклеивая этикетки на новую партию товара, постарайтесь найти самое оптимальное место для каждого вида продукции. При этом убедитесь, что этикетка будет нормально работать на всей партии, проверив хотя бы один

16. Антикращная защита товара

Рекомендации по эксплуатации акустoмагнитных защитных

Датчики следует хранить в отдельной коробке и достаточно датчиков антенн, чтобы предотвратить ложные срабатывания.

Повреждённые датчики и согнутые или сломанные гвоздики не могут быть использованы.

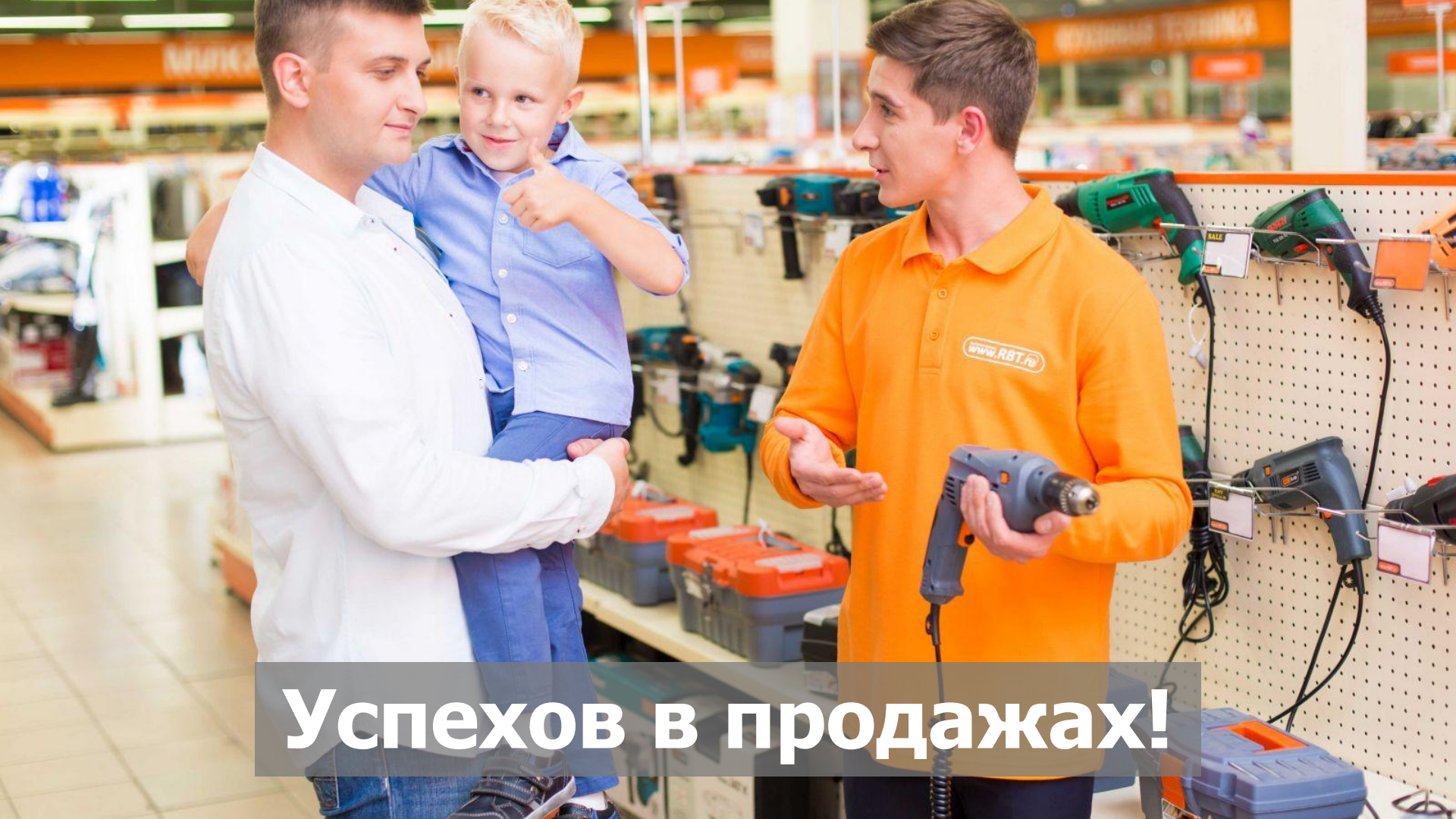


Основные требования по нанесению датчиков:

- Проденьте гвоздик сквозь материал и наложите датчик. Плотнo прижмите и проверьте, правильно ли закреплён датчик.
- Датчик не должен мешать покупателю, иначе это приведёт к повреждению товара. Рекомендуем закреплять их в местах, где датчик не может повредить товар. Если датчик повесить непосредственно на изделие, то вор не станет надрезать это место, поскольку товар будет надёжно испорчен. Игла гвоздика не повреждает даже очень тонкие ткани, поэтому вы можете закрепить датчик прямо на изделие. Обратите внимание, что это недопустимо для кожаных изделий.

Мы рекомендуем максимально защищать товар в периоды интенсивной торговли, а именно, в праздничные дни.

Для особо дорогих товаров желательно использовать двойную защиту - датчик и этикетку.



Успехов в продажах!