

Основные правила выкладки товара

Мерчендайзинг

Знать: К концу курса Вы будете:

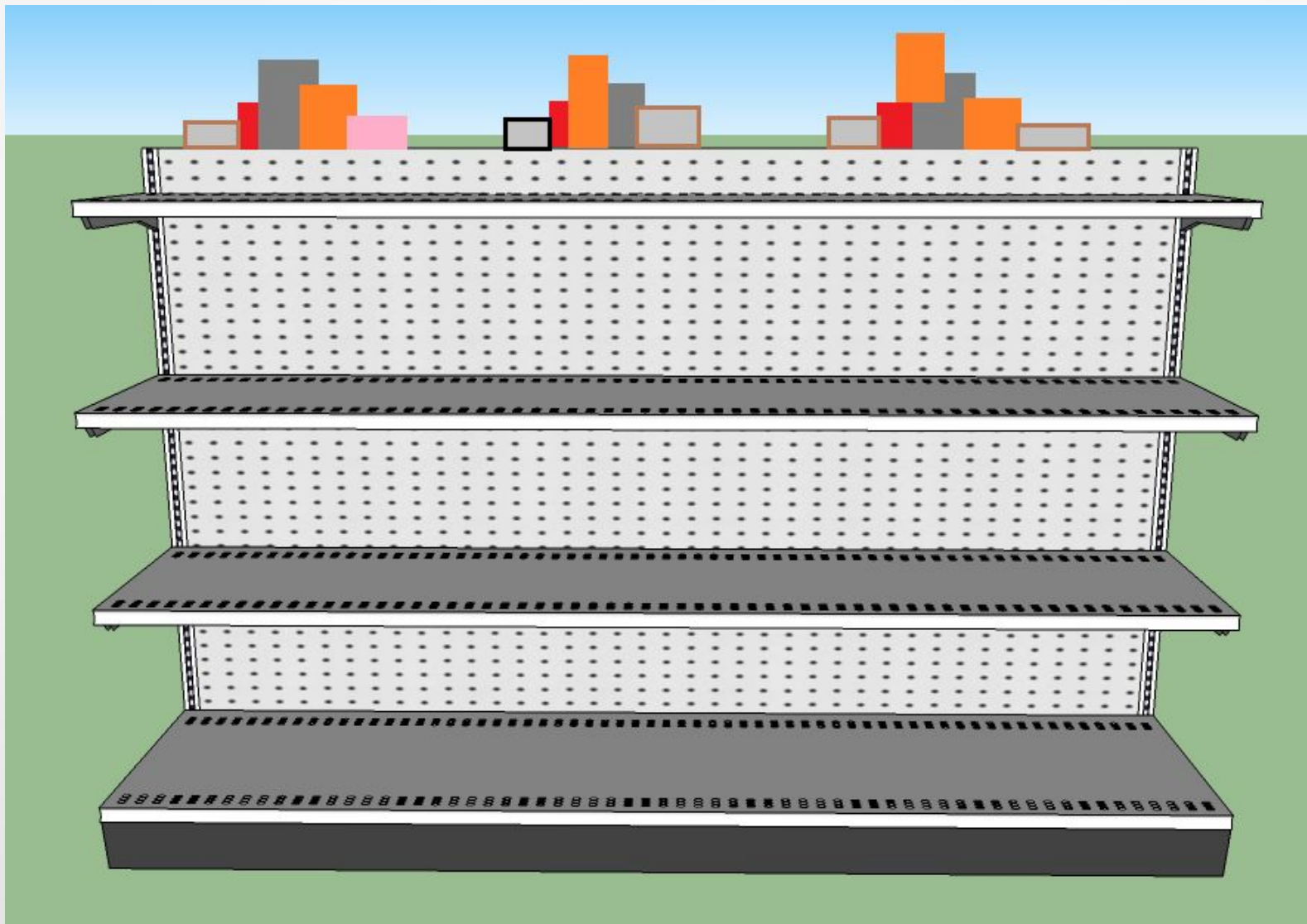
- ✓ Характеристики товара, важные при выкладке,
- ✓ Виды оборудования, используемые при выкладке товара,
- ✓ Виды ценников,
- ✓ 6 видов выкладки, используемых в гипермаркете «Сарай»,
- ✓ Основные правила выкладки, которые позволят увеличить продажи товара.

Уметь:

- ✓ Эффективно выкладывать товар:
 - быстро,
 - правильно с первого раза,
 - эффектно (красиво),
 - понятно для покупателя (чтобы покупатель мог самостоятельно выбрать необходимый товар).
- ✓ Видеть ошибки в выкладке товара и не допускать их в будущем.



Выложи товар на полки





Выкладка товаров

- определенные способы размещения и демонстрации товаров в торговом зале для облегчения поиска, выбора необходимых товаров и создания впечатления о магазине в целом



Зачем нужна правильная выкладка товара?

- Покупателю
- Продавцу
- Гипермаркету





Зачем нужна правильная выкладка товара?

Покупателю	Продавцу	Магазину
1. Покупатель будет экономить время на поиск нужного товара	1. Вас перестанут тревожить покупатели с вопросом: «А где у вас...?», вы сможете легко и просто им это показать, «ткнув пальцем»	1. Позволит продвигать бренд магазина и повысит его узнаваемость
2. Будет хорошо ориентироваться в отделах и товарах	2. Вы будете легко увеличивать свою премию за выполнение плана, продавая сопутствующие и мотивационные товары, не тратя лишние силы и время на их поиск и продажу	2. Будет способствовать увеличению прибыли без увеличения количества позиций товара
3. Будет уверен, что в гипермаркете самый лучший ассортимент	3. Вы будете получать премию за уменьшение неликвидов в отделе	3. Позволит представить весь ассортимент
4. Быстро сориентируется по цене	4. Вы будете экономить время на саму выкладку, зная, что куда выставить	4. Создаст ощущение изобилия и комфорта
5. Будет чувствовать себя комфортно	5. Вы не будете выглядеть дураком в глазах «Умного» покупателя	5. Позволит продавать товары выгодные для гипермаркета
6. Будет получать эстетическое удовольствие	6. Вы будете тратить меньше времени на одного покупателя	6. Увеличит количество комплексных продаж
		7. Увеличит количество постоянных покупателей
		8. Позволит эффективно использовать трудовые ресурсы



Характеристики товара, важные при выкладке

Размер товара (оценивается визуально)

- **Мелкий**

Примеры: семена, фитинги, саморезы, розетки, выключатели, солонки, лампочки



- **Средний**

Примеры: чайник, рулон обоев, герметик, дрель



- **Крупный**

Примеры: лопата с черенком, гардина, утеплитель, двери, кухни



Определите размер товара



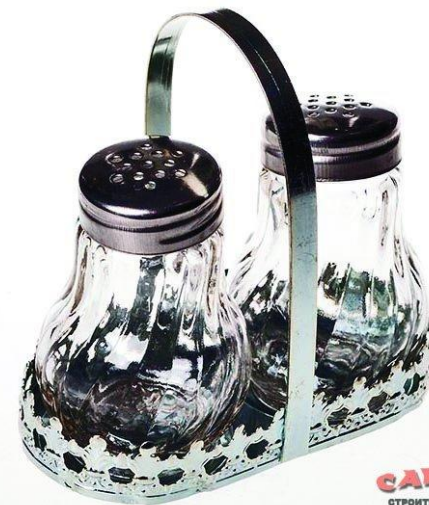
САРАЦ
СТРОИТЕЛЬНЫЙ
ГИПЕРМАРКЕТ



САРАЦ
СТРОИТЕЛЬНЫЙ
ГИПЕРМАРКЕТ



САРАЦ
СТРОИТЕЛЬНЫЙ
ГИПЕРМАРКЕТ



САРАЦ
СТРОИТЕЛЬНЫЙ
ГИПЕРМАРКЕТ



САРАЦ
СТРОИТЕЛЬНЫЙ
ГИПЕРМАРКЕТ



САРАЦ
СТРОИТЕЛЬНЫЙ
ГИПЕРМАРКЕТ



САРАЦ
СТРОИТЕЛЬНЫЙ
ГИПЕРМАРКЕТ



САРАЦ
СТРОИТЕЛЬНЫЙ
ГИПЕРМАРКЕТ

Основное потребительское свойство товара

- Отличительное свойство товара, по которому покупатели чаще всего его выбирают

**Свойства, которые проявляются в процессе потребления или использования товара потребителем для удовлетворения материальных и культурных потребностей*





Основное потребительское свойство товара

№	Товар	Основные потребительские свойства
1	Топор	Вес, длина топорища
2	Цветочный горшок	Материал, объем, цвет
3	Электрочайник	Объем, мощность, бренд
4	Зеркало	Размер, форма, дизайн
5	Ламинат	Цвет, класс прочности

Количество товара

При выкладке товара важно учитывать :

- количество позиций,
- количество товарного запаса по каждой позиции

чтобы правильно выбрать **вид выкладки** и **эффективно занять** торговую площадь

Вид товара

- **Основной товар** – товар, за которым, как правило, покупатель приходит в отдел
- **Сопутствующие товары** — это товары, которые покупатель приобретает вместе с основным товаром; они помогают использовать основной товар, дополняют его, являются его сменными деталями, расходными материалами и т.п.





Вид товара

Основные товары

Краска

Стол

Шпатлевка

Дрель

Обои

Дверь

Провод

Ламинат

Сопутствующие товар

Шпатель

Петля

Изолента

Валик

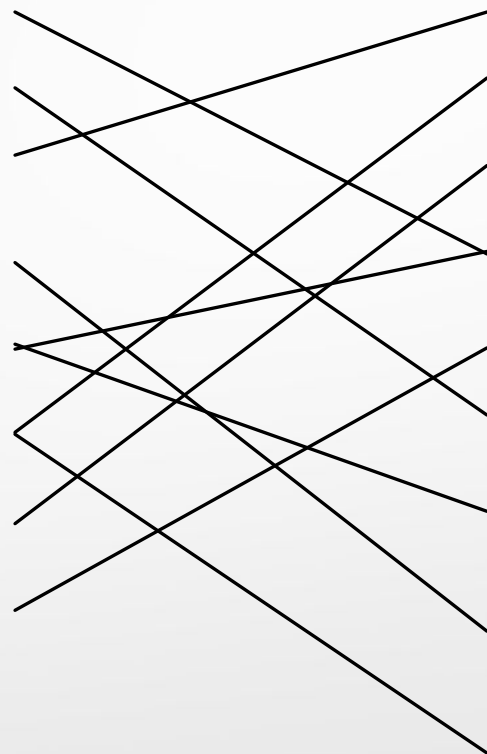
Обвод для труб

Скатерть

Канцелярский нож

Сверло

Саморез





Оборудование

Стеллаж

- Основной вид торгового оборудования в нашем гипермаркете, причем стоит отметить, что выкладка на полках стеллажа и на торцах отличается.



«Елочка»

- Используется как дополнительное торговое оборудование для размещения сопутствующего товара рядом с основным.



Стенд поставщика

- **Используется для увеличения продаж конкретной марки товара, как дополнительная точка продаж данного товара, предоставляется поставщиком.**



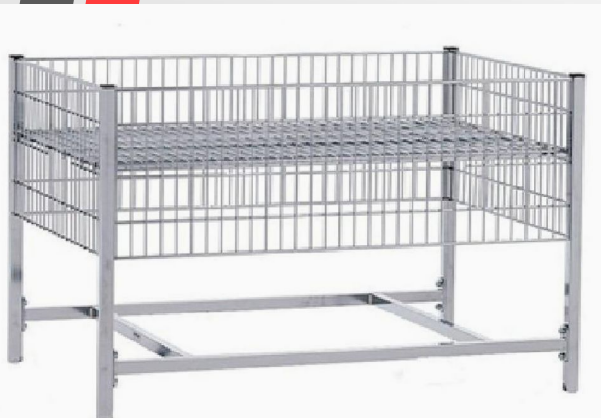
Витрина

- полностью или частично остекленный шкаф, предназначенный для демонстрации товара.



Акционная корзина

- Располагается в местах наибольшего потока покупателей в отделе (в том числе в проходах, если они очень широкие).
- Имеют назначение – привлекают, задерживают внимание покупателя и стимулируют на покупку дешевого товара или товара со скидкой.



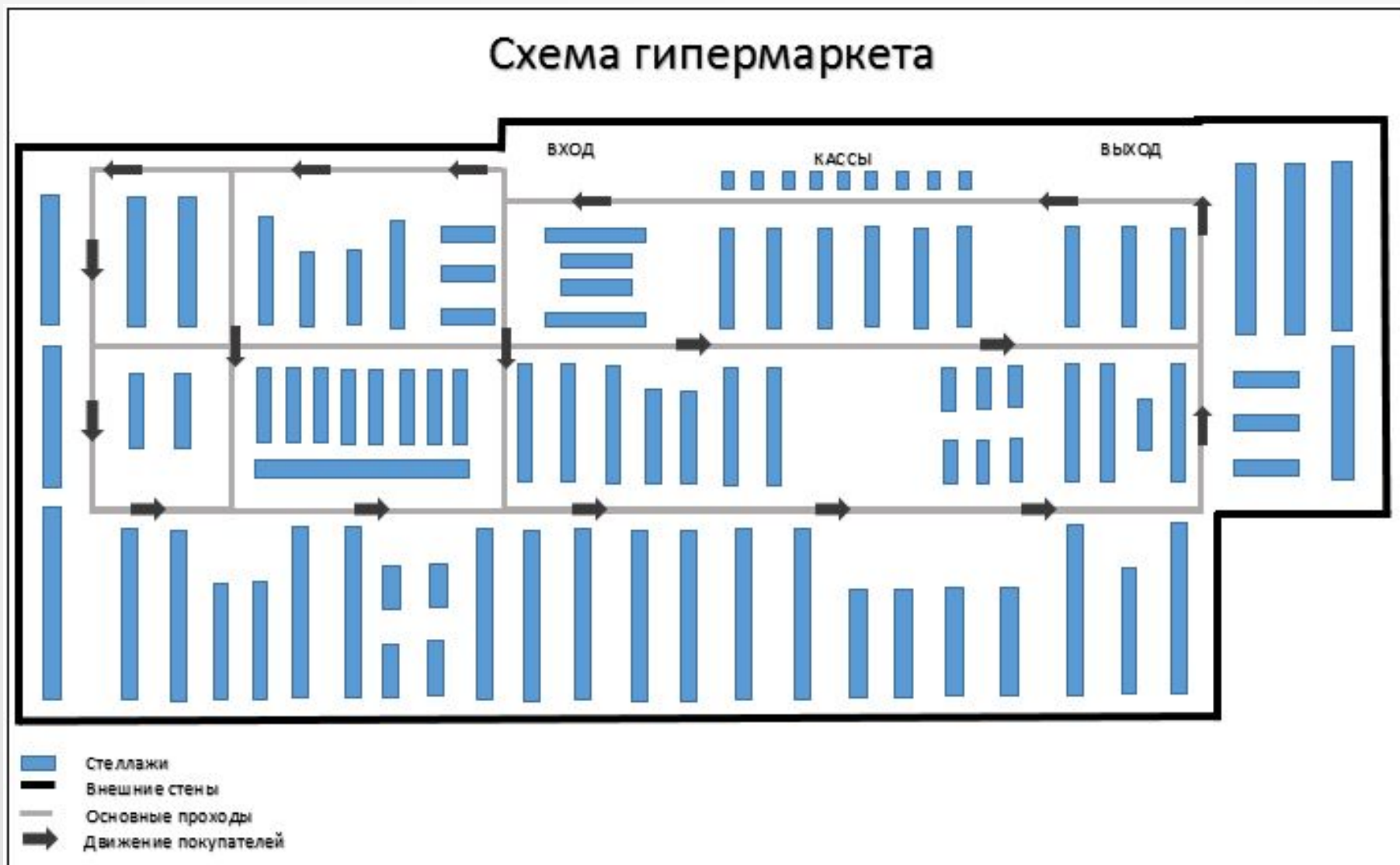
Паллета/ паллетный контейнер

- Располагается в местах наибольшего потока покупателей в отделе (в том числе в проходах, если они очень широкие), как и акционные корзины.
- Имеют назначение – привлекают, задерживают внимание покупателя и стимулируют на покупку дешевого товара или товара со скидкой, как и акционные корзины.





Расставь паллеты и акционные корзины





Акционная корзина

**Паллета/
паллетный контейнер**

**Ставятся в местах наибольшего
потока покупателей:**

1. входная/ выходная зона
2. зона касс
3. на входе в отдел
4. в широких проходах



Ценники



Общие требования к ценникам

- **Ценник должен быть чистым, легкочитаемым и актуальным**
- **На ценнике должно быть указано основное потребительское свойство товара**
- **Ценник не должен закрывать товар** (допускается, что ценник закрывает товар, если он выставлен в несколько фейсов)



Общие требования к ценникам



Ценник должен располагаться **на каждом держателе** или строго **посередине выкладки** одной позиции товара



Если товар выложен на всю длину полки, то каждые 50 – 60 см ценник должен повторяться, чтобы создать впечатление огромного выбора товаров.

Общие требования к ценникам

- Ценники должны располагаться в одну линию



Общие требования к ценникам

Если товар видно с нескольких сторон, то ценник должен **дублироваться с каждой стороны** (корзина, держатель)



70*40 мм



- Устанавливаются в ценникодержателях полок стеллажей и крючков или непосредственно на товар, если его **осталось 1-3 штуки** (*по согласованию с категорийным менеджером)
- Если товар расположен **на полке сверху и снизу от ценника** то необходимо закрепить рядом с ценником **стрелку, указывающую на товар (справа)**

100*55 мм

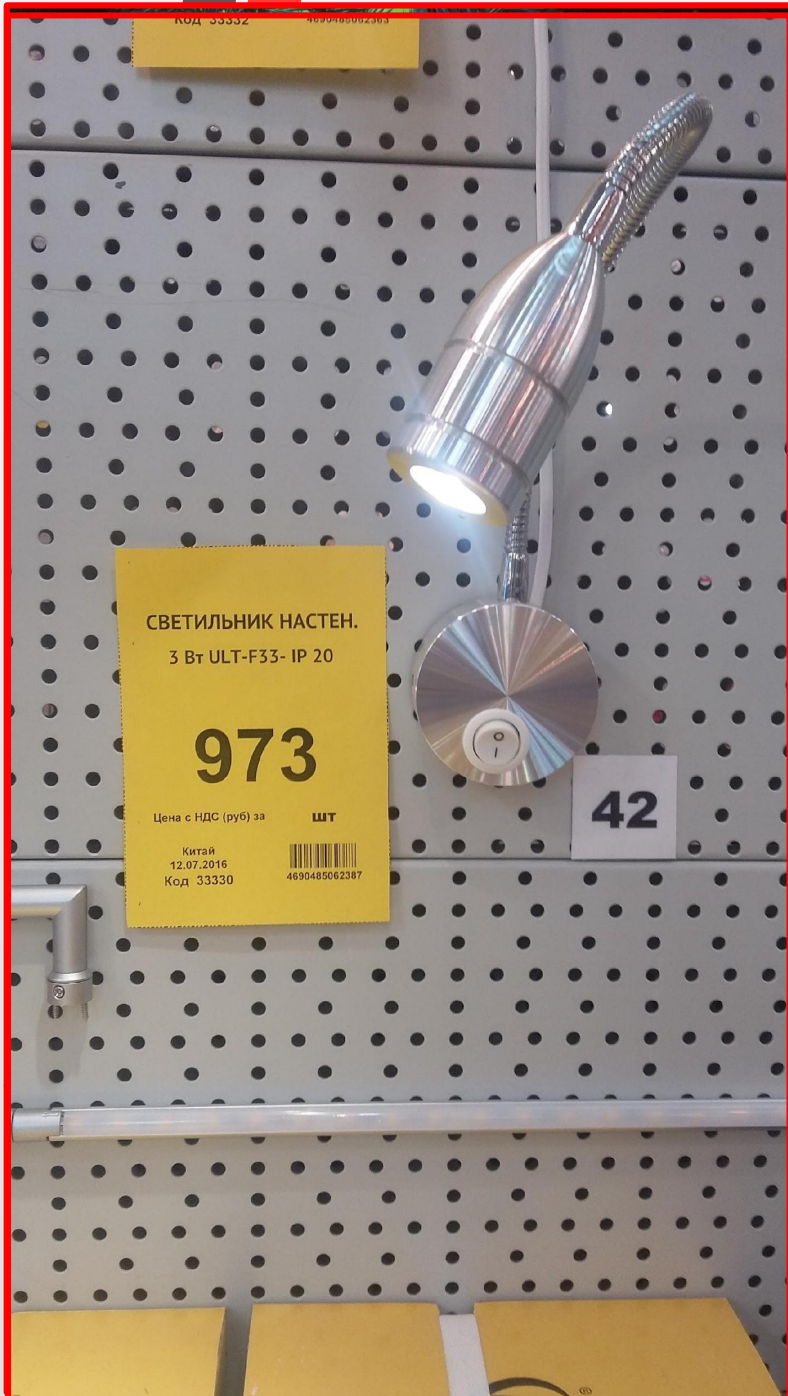


- Ценник формата 100*55 мм устанавливается в ценникодержатель полок стеллажей высотой **60 мм**



A6

- Крепится непосредственно к товару, должен быть заламинирован или оформляется в красный ценникодержатель и крепится к полке стеллажа



A5



- Оформляется в красный ценникодержатель, крепится **непосредственно к крупному товару** (мотоблоки, высокие растения, садовая мебель), акционной корзине или **товару на высоте** (стеновые панели).

A4

- Делается двухсторонним, оформляется в красный ценникодержатель, устанавливается на стойку рядом с паллетой или крепится на уровне глаз на торцевой витрине.





«Флажок-ценник»

(формат 35*50 см и 60*90 см)

- Крепится сбоку от стеллажа, служит для того, чтобы выделить товары с наилучшей ценой в каждой товарной группе и «заставить» покупателя пройти по всему ряду, а значит увидеть весь ассортимент товаров (35*50 см)
- Крепится во входной зоне, в широких проходах между стеллажами (60*90 см)

Ценник-баннер



- Должен быть над каждым торцом привлекает внимание и создает впечатление большого количества товаров

Виды ценников

- «Низкие цены всегда» - используется на весь товар без спецпредложений.
- «Лучшая цена» - используется на товары первой цены в своей товарной группе/ подгруппе (социально значимый товар, товар эконом класса, товар по самой выгодной цене).
- «Распродажа» - используется для товаров по сниженным ценам (товар, который выводится из ассортимента (старая коллекция)).



Исключение из общих правил

Если товар *значительно отличается размерами* и выкладывается на **разное оборудование**, стоящее рядом, **формат используемых ценников согласовывается с заместителем управляющего** в сторону *большого* или *меньшего* размера, чтобы создавалось визуальное ощущение единообразия.



Самодеятельность или инициатива?

Самодеятельность:

- Идея
- Воплощение



Отрицательный
результат

Инициатива:

- Идея
- Обсуждение (согласование)
- Воплощение



Положительный
результат

Согласование

Изменения по **ассортименту** товара
или по **выкладке** товара
согласовывают:



- Заведующий отделом
- Категорийный менеджер
- Директор по закупкам
- Руководитель отдела рекламы и маркетинга
- Коммерческий директор

Способы выкладки товара

- *Горизонтальная выкладка*
- *Вертикальная выкладка*
- *Дисплейная выкладка*
- *Выкладка в акционной корзине*
- *Паллетная/ или с паллетным контейнером*
- *Торцевая выкладка*

Горизонтальная выкладка

- Одно наименование товара **выкладывается в линию на полке**, длина его выкладки не должна превышать длину выкладки другого товара на этом же стеллаже более чем в 2 раза

- Товар, имеющий одинаковое назначение, размещается друг под другом:

товар с высокой ценой

товар со средней ценой

товар с низкой ценой

- * данная последовательность выкладки применяется, если нет иных указаний от отдела рекламы и маркетинга



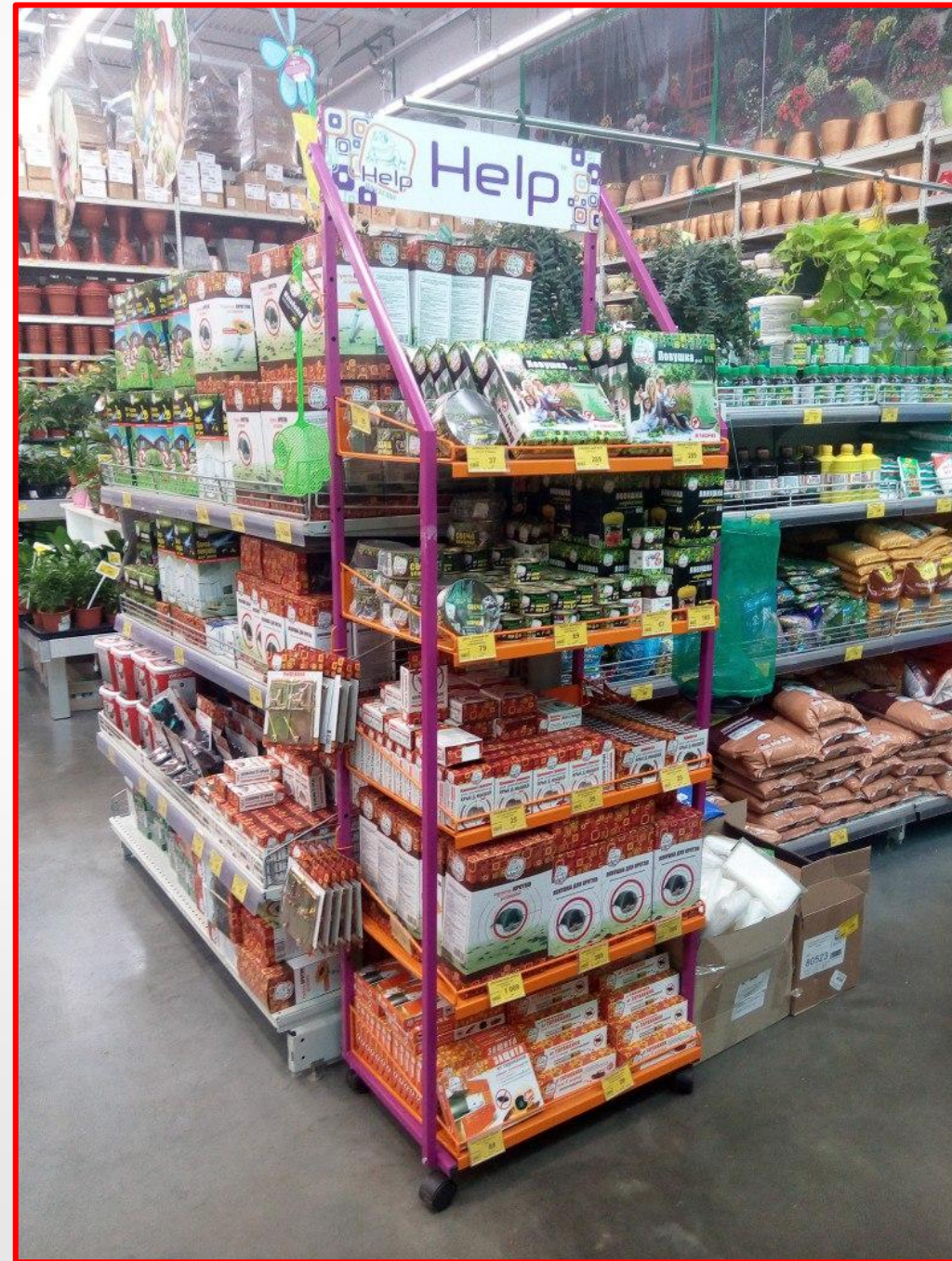
Вертикальная выкладка

- Одно наименование товара выкладывается на полках в несколько рядов сверху вниз.
- Необходимо соблюдать ровные границы выкладки товара друг по другом.



Дисплейная выкладка

- В этом случае используется отдельно стоящий **фирменный стенд или стойка**, не привязанная к основной точке продажи данного товара
- **Выкладка товара** на данном торговом оборудовании **осуществляется по планограмме** (схеме выкладки) от поставщика или по согласованию с категорийным менеджером



Паллетная выкладка

- Паллетная выкладка должна быть **высотой от 0,7м до 1,5м**
- Нужно создать **впечатление, что товара много и его часто покупают**
- **Углы поддона освобождаются** для увеличения обзорности магазина
- **Двухсторонний ценник** (на каждый вид товара) на стойке рядом с паллетом
- **Торцы поддона оформляются** лентой с логотипом «Сарай» или с обозначением вида распродажи.



Выкладка в акционной корзине

Акционная корзина:

- располагается в местах наибольшего потока покупателей
- низ корзины должен быть завешен баннером для создания иллюзии, что товара много
- товар со скидкой может быть обозначен ценником со «старой-новой» ценой





Торцевая выкладка

- Применяется для демонстрации товара и повышения продаж
- Одна позиция товара должна заполнять **весь стеллаж** (лицевую сторону)
- Торцы данного стеллажа завешиваются либо **сопутствующим товаром** к размещенному на стеллаже, либо товарами с низкой ценой (первый взгляд на недорогое)
- Над торцом размещается **ценник - баннер**, на уровне глаз покупателя размещается ценник формата А4
- Также используется как дополнительная точка продажи товара



Способы выкладки товара преимущества и недостатки

Способ выкладки	Преимущества	Недостатки



Способы выкладки товара преимущества и недостатки

Способ выкладки	Преимущества	Недостатки
Горизонтальная	1. Позволяет вместить большое количество товарных позиций при небольшом количестве товара 2. Позволяет продавать большое количество товара на «золотых» полках (перед глазами покупателя)	1. Товары, которые лежат на нижних полках продаются хуже 2. Выглядит не так эффектно, как вертикальная



Способы выкладки товара преимущества и недостатки

Способ выкладки	Преимущества	Недостатки
Вертикальная	1. Позволяет вместить большое количество товара при небольшом количестве позиций, выставлен большой товарный запас 2. Подходит для высоко оборачиваемых товаров 3. Выкладку видно издалека 4. На «золотых» полках представлены разные виды товаров	1. Невозможно разместить большое количество позиций товаров 2. Необходимо постоянно поддерживать вертикальные границы выкладки



Способы выкладки товара преимущества и недостатки

Способ выкладки	Преимущества	Недостатки
Дисплейная	1. Мобильная витрина 2. Привлекает внимание 3. В одном месте максимальный ассортимент конкретного бренда 4. Может использоваться как дополнительная точка продажи товара	1. Рекламирует конкретный бренд, а не магазин



Способы выкладки товара

преимущества и недостатки

Способ выкладки	Преимущества	Недостатки
Паллетная	1. Создает впечатление, что товара много и он быстро разбирается 2. Используется для выкладки крупного или ходового товара 3. Мобильная выкладка 4. Не требуется дополнительное торговое оборудование 5. Экономится время на перекладывание товара	1. Необходимо поддерживать высоту паллеты 2. Может развалиться



Способы выкладки товара преимущества и недостатки

Способ выкладки	Преимущества	Недостатки
Акционная корзина	1. Мобильность выкладки 2. Создает впечатление, что товара много и он быстро разбирается 3. Мотивирует покупателя на покупку	1. Можно выставить только в местах большого потока покупателей 2. Можно выложить только товар с низкой прибылью



Способы выкладки товара преимущества и недостатки

Способ выкладки

Торцевая

Преимущества

1. Привлекает внимание издалека
2. Используется как «навигатор» отдела
3. Используется как дополнительная точка продаж
4. Поток покупателей у торцевой витрины в 5 раз больше, чем в самом отделе

Недостатки

1. Необходимо постоянно пополнять товары, не допуская пустот в выкладке

Подведем итоги:

Узнали:

- ✓ Характеристики товара, важные при выкладке товара
- ✓ Виды оборудования, используемые при выкладке товара,
- ✓ 6 видов выкладки, используемых в гипермаркете «Сарай»,

На следующем занятии:

Узнаем:

- ✓ Основные правила выкладки, которые позволят увеличить продажи товара.

Научимся:

- ✓ Эффективно выкладывать товар:
 - быстро,
 - правильно с первого раза,
 - эффектно (красиво),
 - понятно для покупателя (чтобы покупатель мог самостоятельно выбрать необходимый товар).
- ✓ Видеть ошибки в выкладке товара и не допускать их в будущем.



Домашнее задание

Заполните таблицу на стр. 11 Рабочей тетради

Выберите подходящие под каждый способ выкладки:

- ☐ товар
 - ☐ оборудование
 - ☐ размер ценника
- и отметьте галочками.



Где найти материал?

\\FS-SAR\TorgZa\00. Публикации

5. ОБУЧЕНИЕ СОТРУДНИКОВ

Материалы по тренингам\Выкладка товара