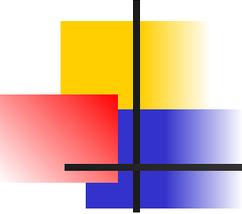




# Мерчендайзинг

---



# Понятие мерчендайзинга

---

**Мерчендайзинг** - направление маркетинга, способствующее стимулированию розничных продаж посредством привлечения внимания конечных покупателей к определенным маркам или группам товаров в местах продаж без активного участия специального персонала.



# Инструменты мерчандайзинга

---

Среди ключевых инструментов мерчандайзинга можно выделить:

- дизайн магазина (как внешний, так и внутренний);
- планирование магазина (точнее, планирование потоков движения покупателей);
- реклама и прочие инструменты на месте продажи;
- цветовая блокировка;
- комплексные меры.

Рисунок 1. «Решетка» с линейным продольным размещением оборудования

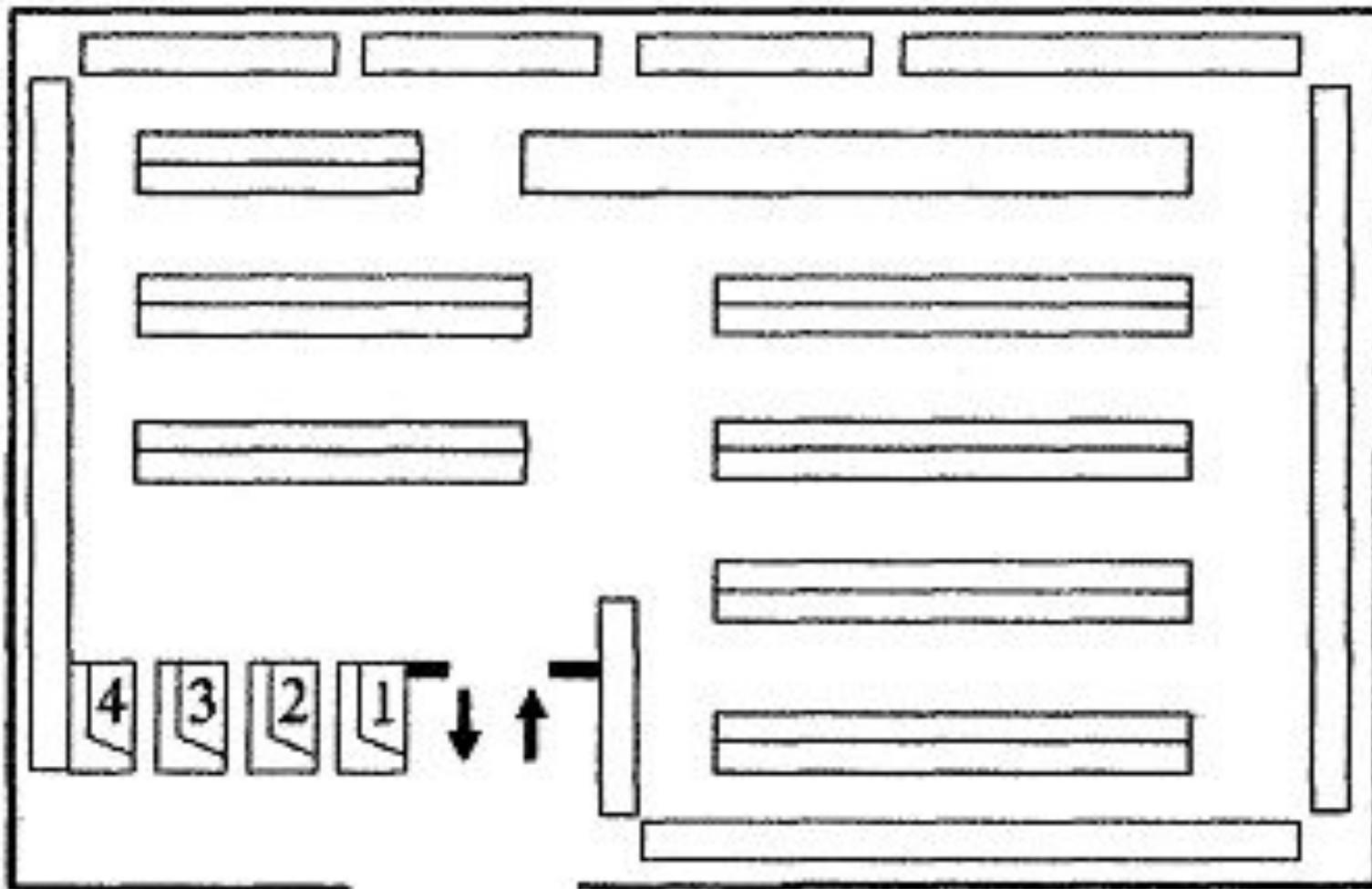


Рисунок 2. «Решетка» с линейным поперечным размещением оборудования

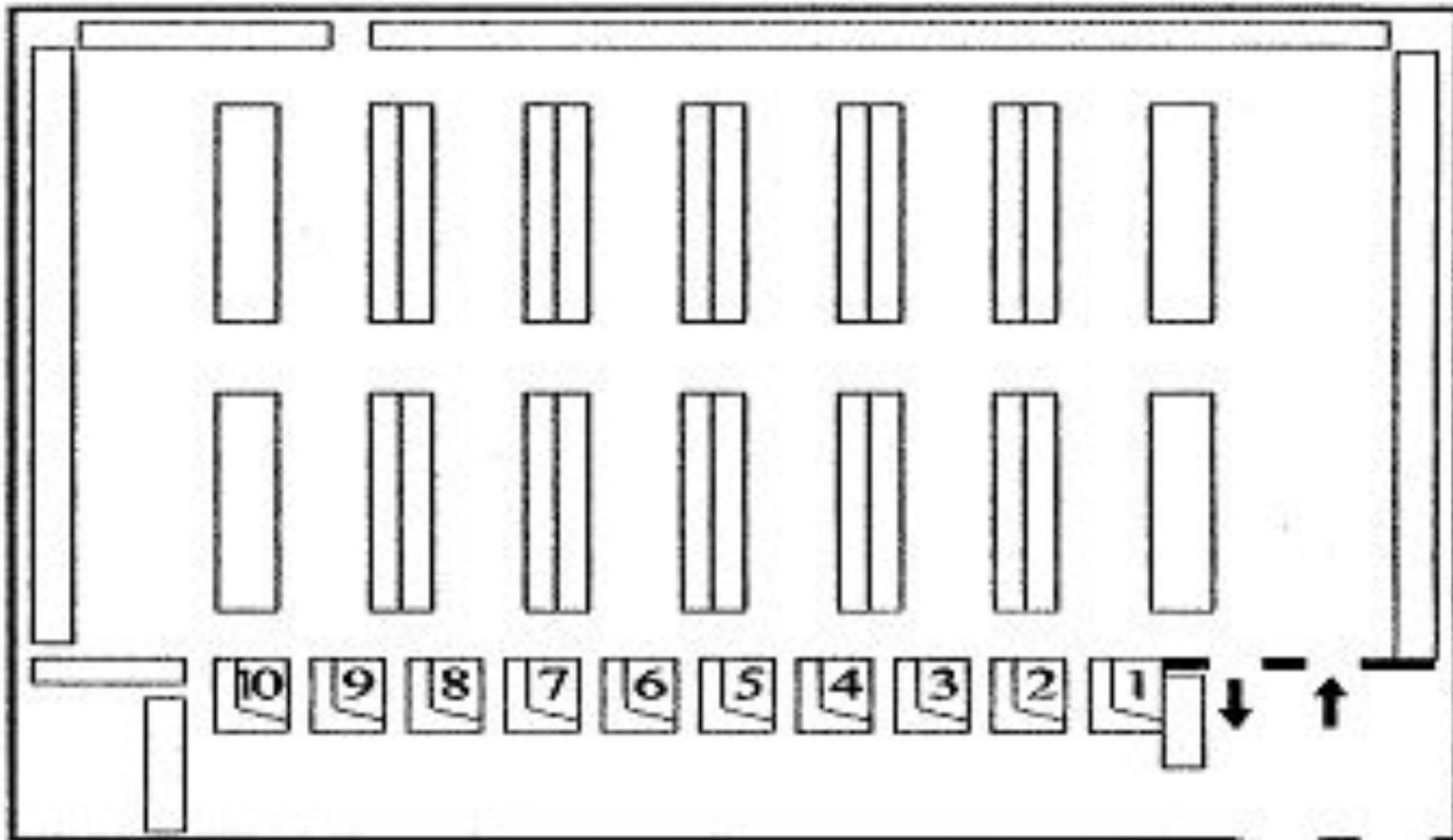
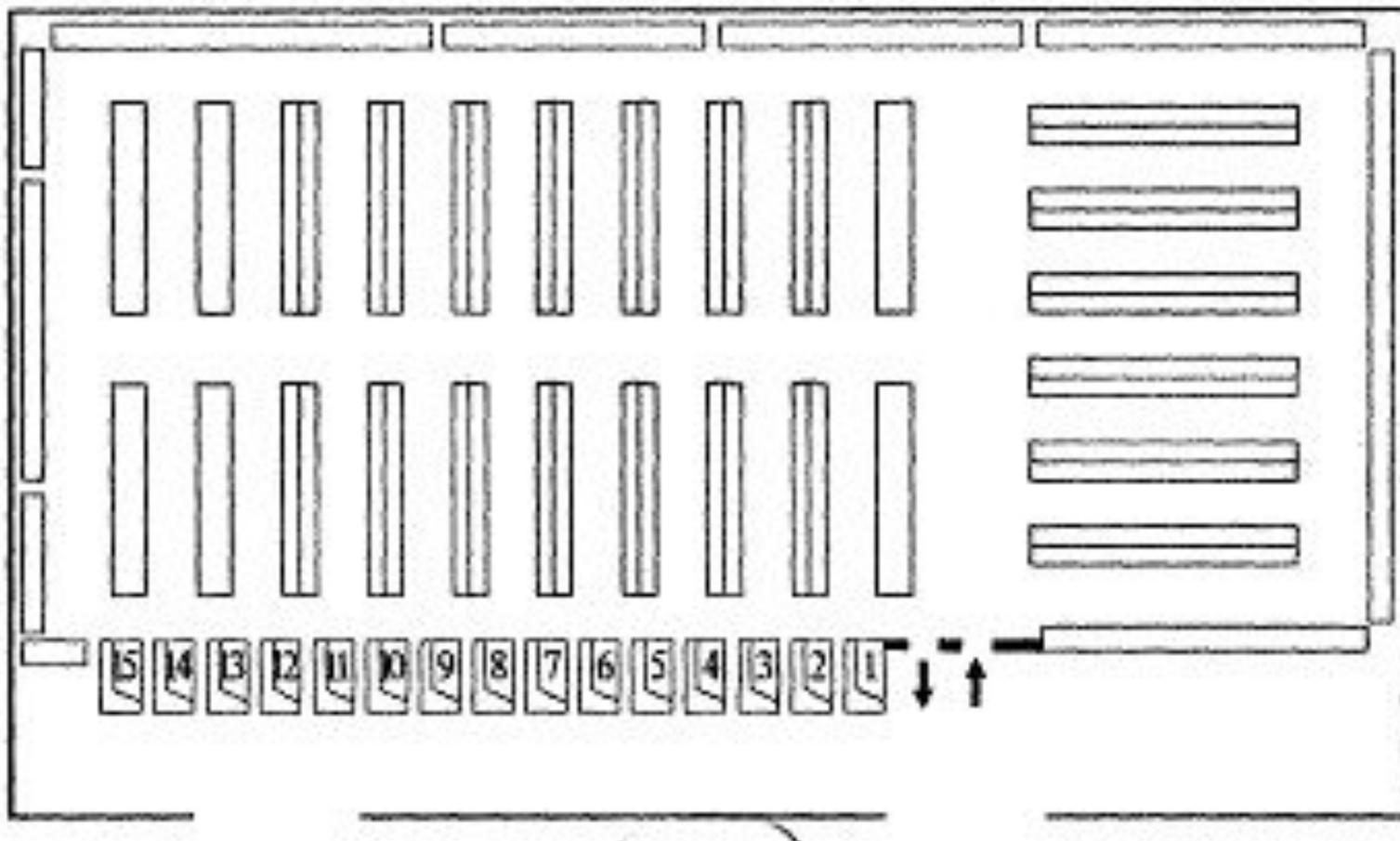
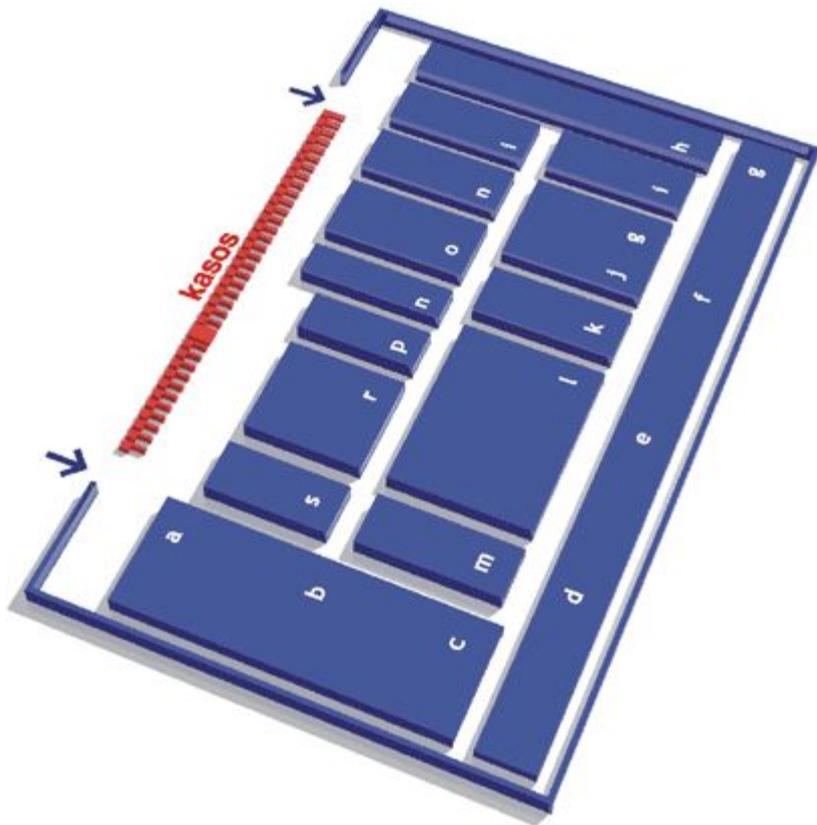


Рисунок 3. «Решетка» со смешанным линейным размещением оборудования



# **САМОЕ ЛУЧШЕЕ** *расположение торгового зала*



- A** КНИГИ
- В** ПОСУДА, МЕБЕЛЬ
- С** БЫТОВАЯ ТЕХНИКА
- D** ВИДЕО, АУДИО АППАРАТУРА, КОМПЬЮТЕРНАЯ ТЕХНИКА
- E** ХЛЕБ, КОНДИТЕРСКИЕ ИЗДЕЛИЯ
- F** ГОТОВЫЕ МЯСНЫЕ ИЗДЕЛИЯ
- G** МЯСО
- Н** НАПИТКИ
- I** БАКАЛЕЯ, КОНДИТЕРИЯ
- J** РЫБА
- K** ОВОЩИ, ФРУКТЫ
- L** ОДЕЖДА, ОБУВЬ
- M** БЫТОВЫЕ, АВТО ПРИНАДЛЕЖНОСТИ
- N** МОЛОЧНЫЕ ПРОДУКТЫ
- O** КУЛИНАРИЯ
- P** БЫТОВАЯ ТЕХНИКА
- R** ТОВАРЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ, ИГРУШКИ
- S** ТОВАРЫ ДЛЯ СПОРТА И ТУРИЗМА

Рисунок 4. «Трек» или «петля»

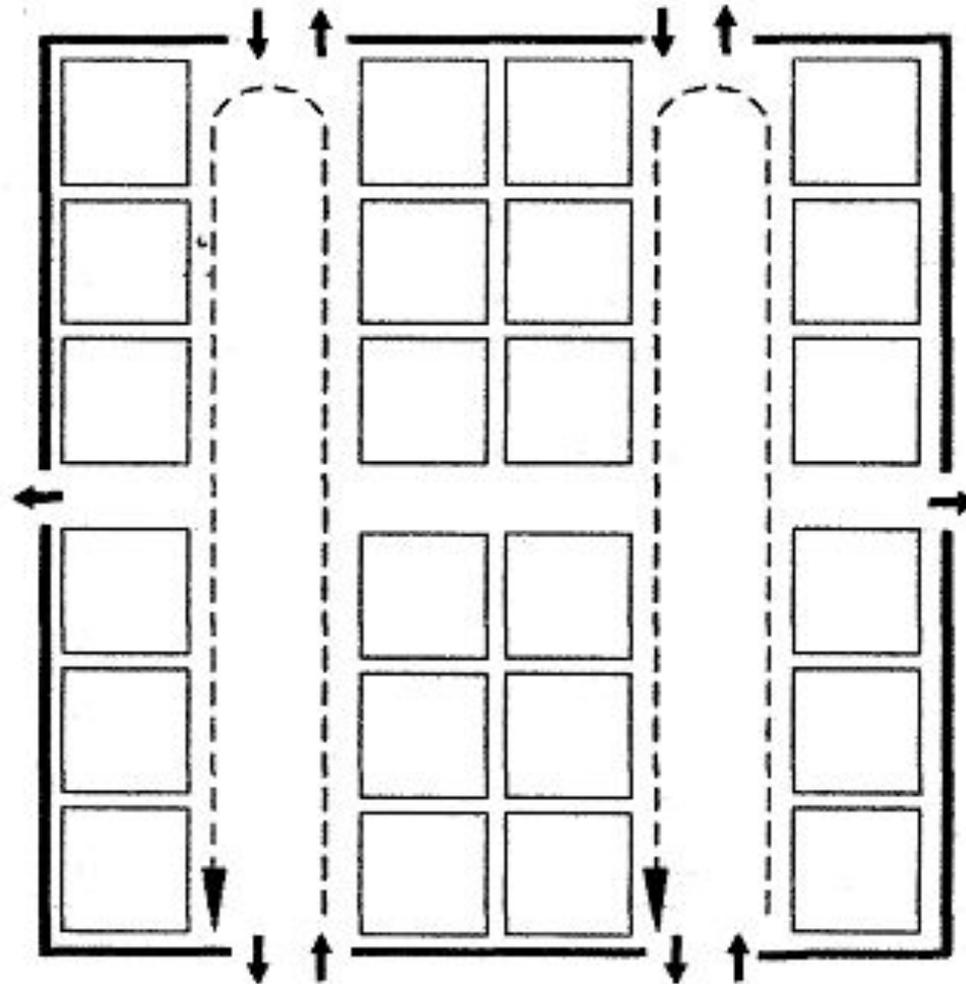
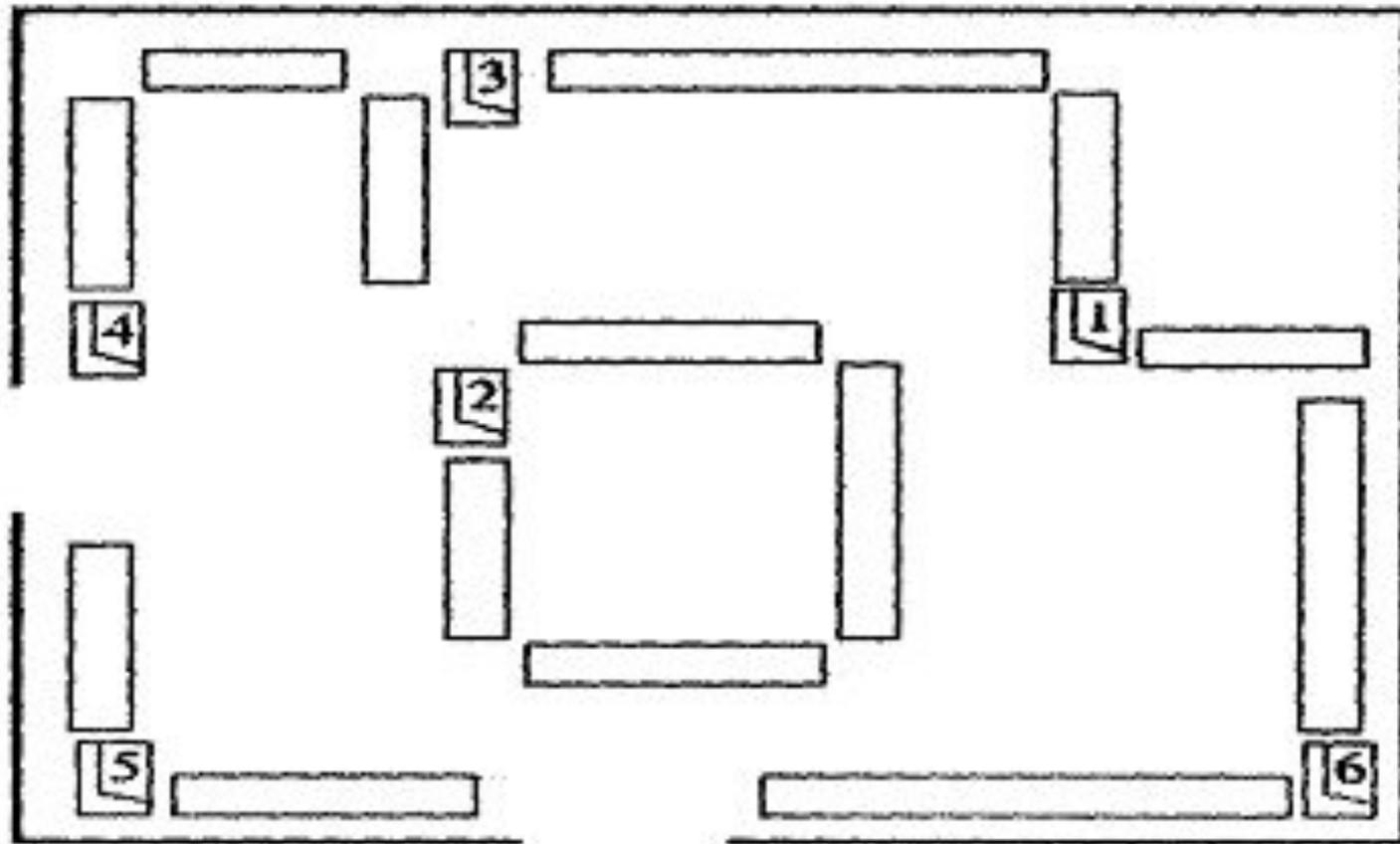


Рисунок 5. Смешанная планировка



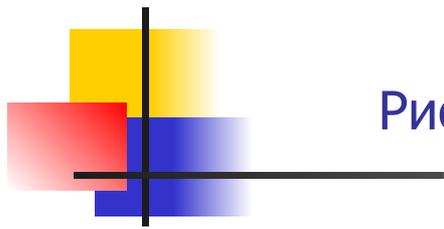


Рис 6. Зависимость продаж от движения покупателей

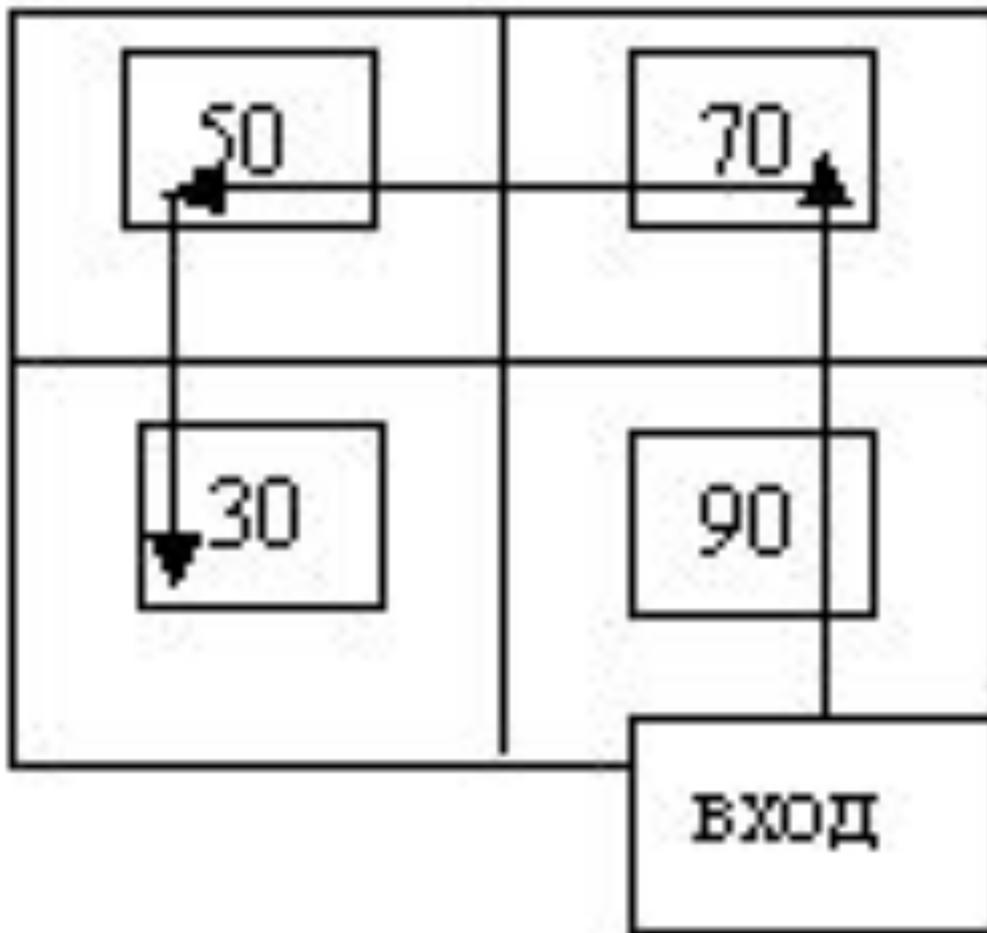


Рис. 7. Приоритетные места в торговом зале.

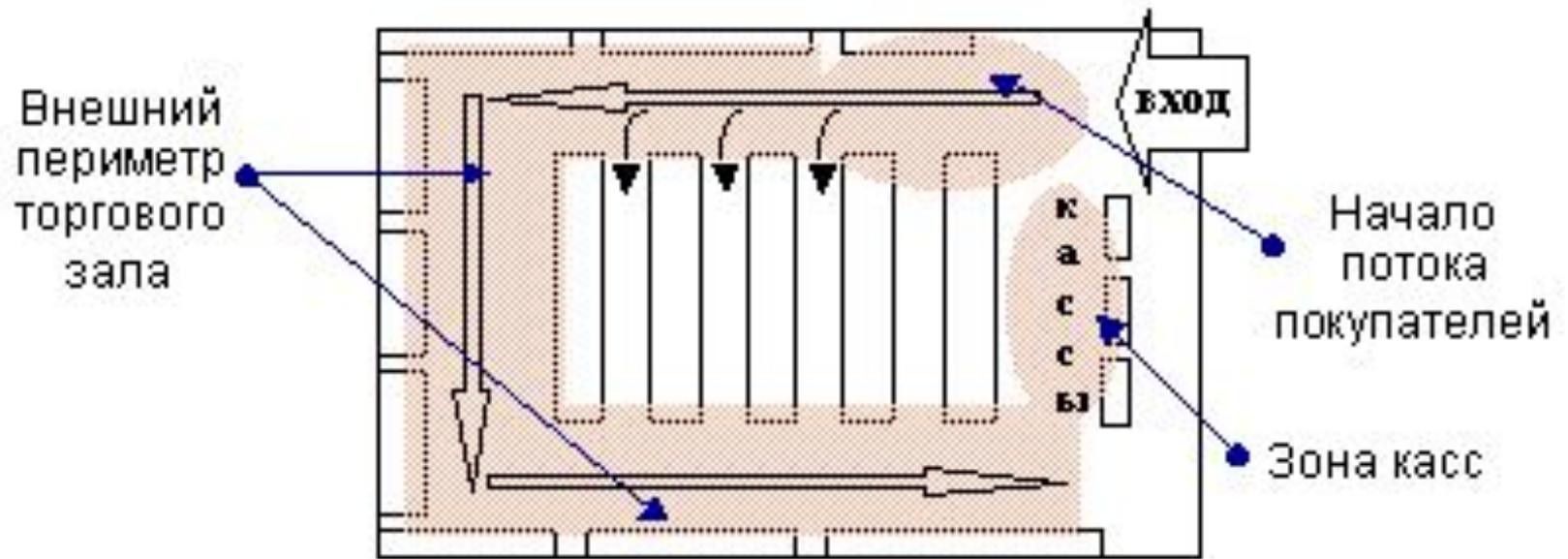
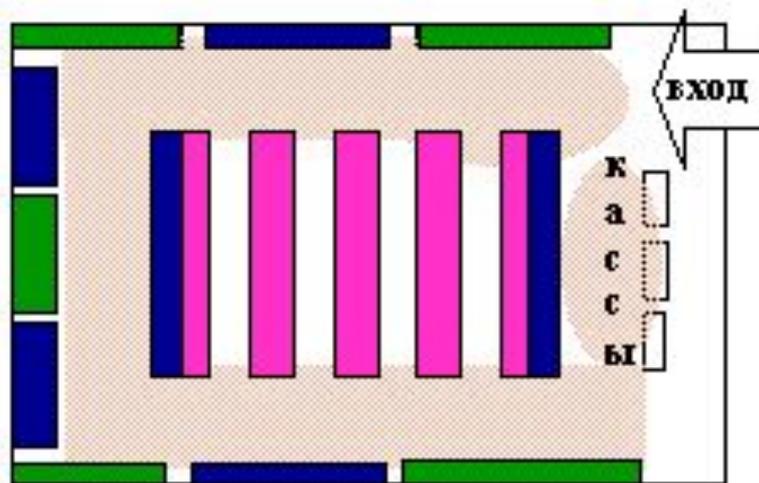


Рис.8 расположение товарных групп в торговом зале.



### **Товары повседневного спроса**

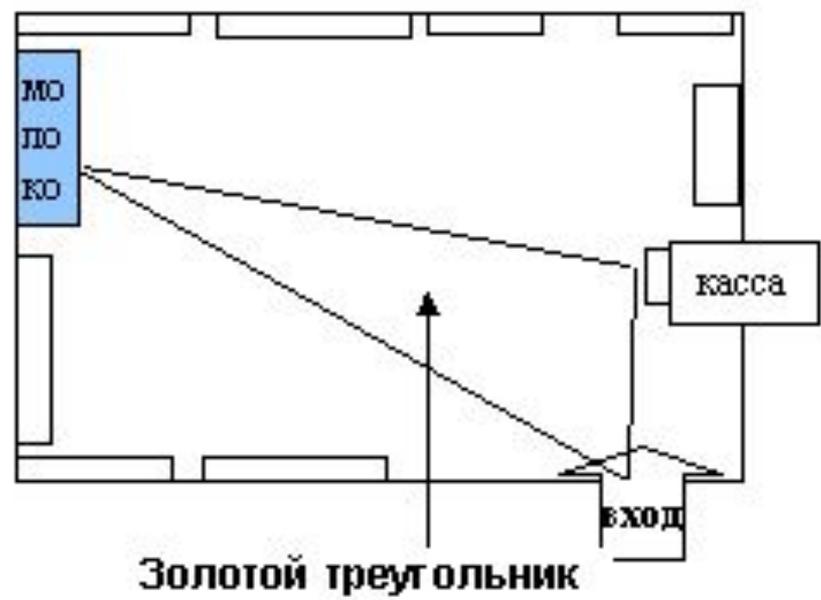
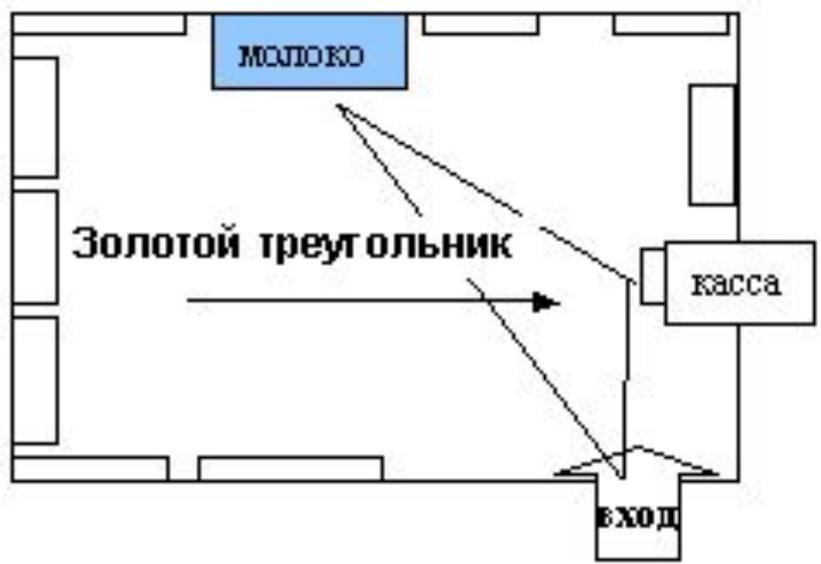
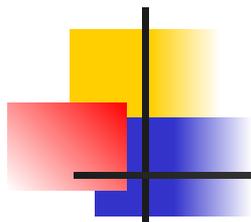
Располагаются по периметру торгового зала, где большинство покупателей легко находят товары, за которыми они пришли.

### **Товары периодического спроса**

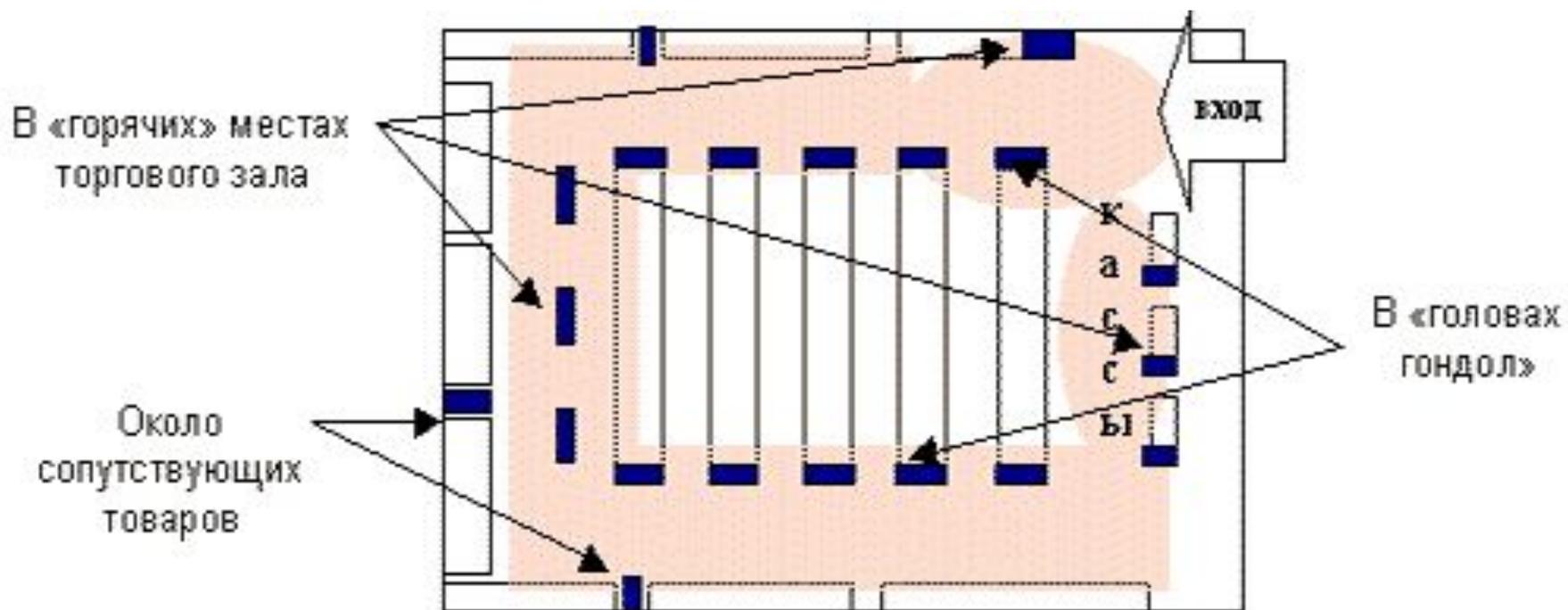
Располагаются в центре торгового зала, поскольку нет необходимости привлекать к ним внимание всех посетителей.

### **Товары импульсного спроса**

Располагаются в «горячих зонах» торгового зала, где попадают в поле зрения большинства покупателей, стимулируя незапланированные покупки.



## Дополнительные места продажи

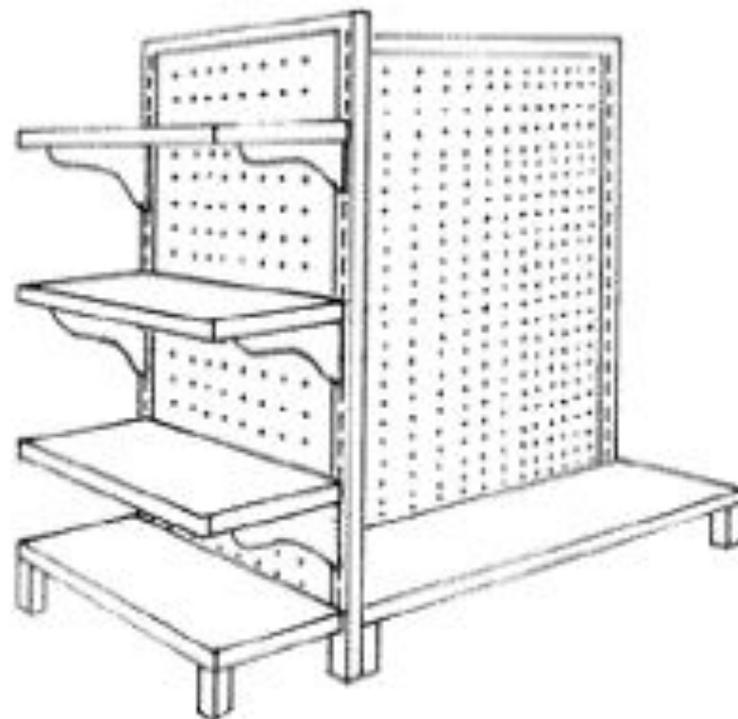


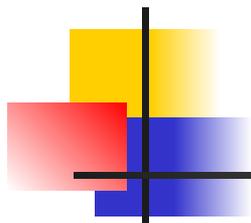
# Выкладка

Верхние полки 62%

Средние полки 100%

Нижние полки 48%





Спасибо за внимание!