

Стимулирование сбыта непродовольственных товаров

Выполнила: Страхова А.С.
КМБ-13-1

Наука, изучающая способы продвижения и сбыта товаров, получила название мерчендайзинг. Мерчендайзинг — это система мер, направленная на увеличение спроса в определённых товарных группах. Также мерчендайзингом называется умение правильно представить товар в торговом зале, заключающееся в грамотном размещении продукта, рекламных материалов и необходимой информации для повышения объёма сбыта товаров.



Существует множество способов повышения спроса, однако, необходимо отметить, что стимулирование сбыта непродовольственных товаров имеет свои особенности, наиболее существенные из которых:

- непродовольственные товары не являются товарами повседневного спроса, а значит потребитель сможет потратить больше времени на выбор такого продукта;
- срок годности таких товаров чаще всего не ограничен;
- согласно опросам, при выборе непродовольственных товаров, большинство потребителей выбирают импортную продукцию, объясняя своё решение более высоким качеством, и лишь маленькая доля покупателей верна отечественному производителю по причине относительно низких цен;
- основными критериями в выборе непродовольственных товаров чаще всего выступают соотношение их цены и качества, а также немаловажны внешний вид продукта и его принадлежность к торговой марке.

Также необходимо помнить о главных правилах мерчендайзинга, определяющего ассортимент продаваемых товаров и способ их выкладки а также их расположение на полках, план расстановки торгового оборудования в зале, интерьер помещения, наличие реклам и информации, а в лучшем случае — ароматизация торгового зала, музыка и видеоролики, и ценовое воздействие на потребителя.



Стимулировать сбыт МОЖНО ДВУМЯ СПОСОБАМИ:

- вызывая желание приобрести товар - эффективно работает реклама



- поощряя покупку товара - можно применить раздачу пробников, образцов, ввести купоны, компенсации, премии, а также проводить демонстрации или снижать цены.



М. Авто
АВТОКОМПЛЕКС

РАБОТА НА РЕЗУЛЬТАТ!
WWW.M-AVTO26.RF

АКЦИЯ!
СНИЖЕНИЕ ЦЕН!
Shell
HELIX

	10w40 БЕСПЛАТНАЯ ЗАМЕНА		5w40 БЕСПЛАТНАЯ ЗАМЕНА		5w30 БЕСПЛАТНАЯ ЗАМЕНА
1л 199 р*		1л 299 р*		1л 399 р*	

○ Повышению продаж хорошо способствуют дети, при этом также можно применять несколько подходов. Если есть возможность, то в магазине необходимо сделать детский отдел, пусть даже это будет детская косметика или бижутерия. Тогда родители, пришедшие со своими детьми будут склонны совершать спонтанные покупки. Если такой возможности нет, то помогут даже плакаты с изображением детей, особенно, если в данном магазине есть отдел с детской одеждой или бельём. Данное правило основано на желании матери сделать ребёнка счастливым.



- Существует надёжный способ обратить особое внимание покупателя на товар, представив его в прямом смысле слова в хорошем свете. Освещая какую-то группу товаров, можно выделить его из общего ассортимента. Часто этим способом пользуются для выкладки декоративной косметики, но этот метод с успехом будет действовать и в других отделах. В Европе освещают всё, включая даже порошки, шампуни или зубные щётки.



- Серьёзной ошибкой выкладки товаров во многих торговых предприятиях нашей страны является несоблюдение предназначенности товарных групп. Например, в супермаркетах часто производят выкладку таким образом, что одноразовая пластиковая посуда находится в отделе обычной посуды, клеёнчатые скатерти — с текстилем, жидкость для розжига — с топливом и техникой. Данная выкладка не является эффективной, гораздо лучше сделать отдельный стеллаж, на котором будут представлены товары для пикника.

Также можно выделить товары для вечеринки или торжества, для похода в баню и других подобных мероприятий. В этом случае решается сразу две проблемы: клиенты быстрее находят нужный товар и покупают дополнительные товары этой же тематики, которые приобретать не планировали либо забывали. На выходе магазин получает довольного клиента и увеличенный сбыт сопутствующего товара. Несколько похожий способ стимулирования может применяться и в таких отделах, как посуда, текстиль или одежда. Необходимо раскладывать товары по цветовой гамме, предлагая, например, подходящих цветов комплекты постельного белья, шторы и скатерти, либо костюмы. Клиенты изначально идут в магазин для выбора не отдельных наволочек, кружек, штор а законченного решения, поэтому они будут благодарны, если им будет предложена готовая идея оформления комнаты, сервировки стола, подбора стильного и комфортного образа.



