

МЪРЧЪНДАЙЗИНГЪТ КАТО ПРОФЕСИЯ

Преподавател: проф. д-р Невяна Кръстева

Шестте основни принципа на мърчъндайзинга

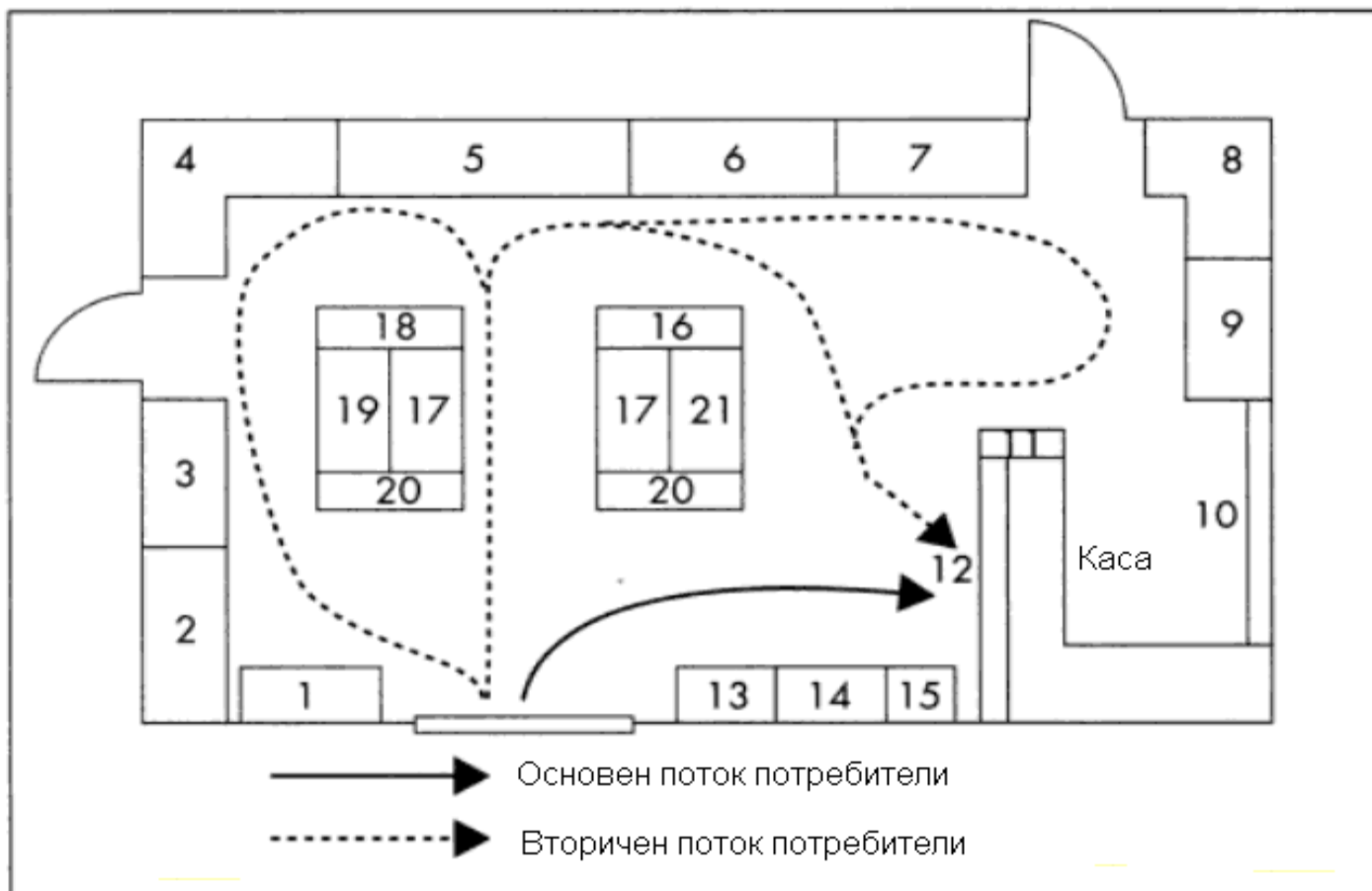
- Поток на потребителите
- Идентификация на „горещите“ и „студени“ зони
- Ефектът на многото отделни бройки
- Мърчъндайзинг на нивото на очите
- Място на плащане и места за импулсивни покупки
- Осигуряване и поддържане на предоставеното пространство

Поток на потребителите

- Посоката, която следва потребителят при движението си в магазина
- Стоките следва да са изложени там, където преминава най-високият процент от хора – близо до входа и местата за плащане



Поток на потребителите (2)



За да разположим стоките оптимално следва да си отговорим на въпросите:

- Жъде най-голям брой хора ще видят нашите продукти?
- Какво да направим, за да се открояват на фона на останалите продукти около тях?

Идентифициране на „горещите“ и „студените“ зони

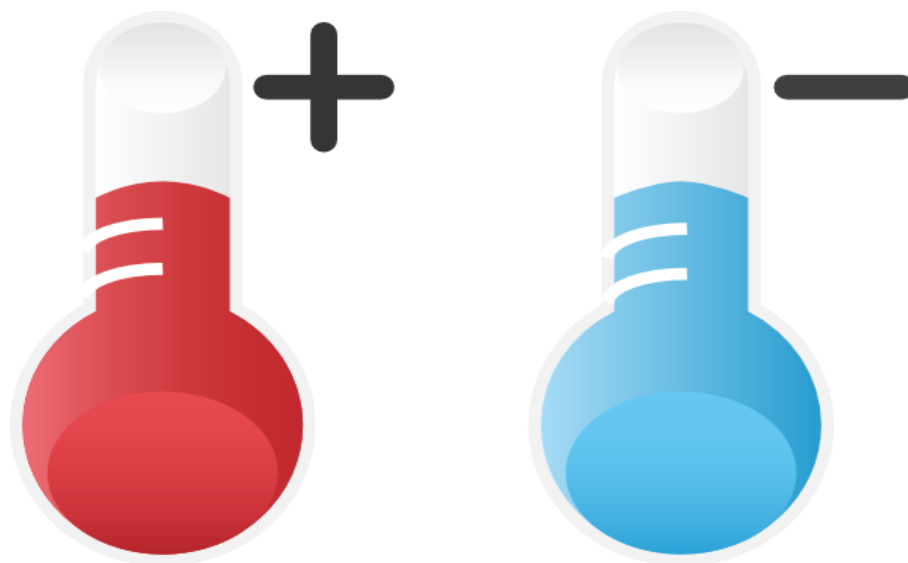


„Дъгата на достъпа“ - на около 114 см. от тялото е зоната, която увеличава многократно вероятността изложеният там продукт да бъде закупен

Горещи и студени зони

○ **Горещи зони** – бестселърите; необосновано е очакването, че поставянето тук на продукт със слаби продажби ще помогне за увеличаването им

○ **Студени зони** – зони с ниски продажби



Ефектът на многото бройки от продукта

- Всеки продукт следва да е представен върху рафтовете с удачно количество като бройки



Ефектът на многото бройки от продукта (2)

- Потребителят вижда продукта, разположен на по-голяма площ
- Намалява се вероятността от пропуснати продажби поради изчерпване
- Въпреки това трябва да има баланс между броя изложени продукти и количеството от всеки продукт



Мърчъндайзинг на нивото на очите

- Най-продаваните продукти следва да бъдат разположени ориентировъчно на нивото на кръста, където е насочен погледът на купувача
- Ниските рафтове са подходящи за стоки за деца
- Рафтовете над нивото на очите носят ниски продажби



Вертикално и хоризонтално разположение на продуктите

Вертикално разположение на продукти:

- Всеки продукт има част от пространството на нивото на очите
- Най-бързо продаващите се разфасовки се поставят на нивото на очите
- Създава се блок от изложени продукти



Хоризонтално разположение на продукти:

- Един единствен продукт заема мястото на нивото на очите
- Остава впечатление на разхвърлян рафт
- Пространството не се използва ефективно



Най-подходящото разпределение?



Разположение вертикално по продукти и хоризонтално по размери на опаковката

Място на плащане и места за импулсивна покупка

Тази зона е много подходяща за излагане на:

- Продукти, които потребителя не планува да закупи – спонтанни покупки
- Продукти, за които тече промоция
- Продукти с намалена цена
- Жоито се изчистват
- Жоито се продават бързо

Място на плащане и места за импулсивна покупка



Осигуряване и поддържане на предоставеното пространство

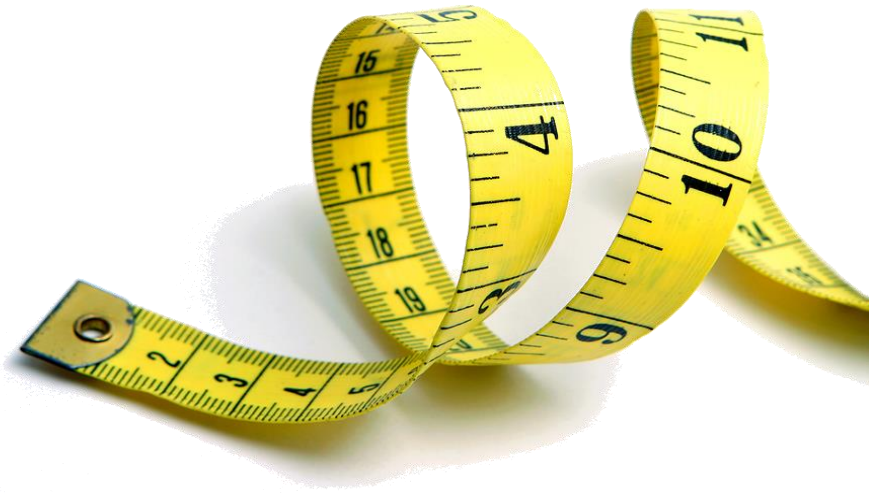
Фактори влияещи върху вземането на решение:

- Висока цена на щандовете
- Рентабилност на изложените стоки
- Подходящ асортимент продукти за типа магазин



Какво пространство е необходимо?

- На щанда се намират най-продаваните стоки
- Продукти, продавани в конкретния магазин са изложени там
- Мястото е достатъчно за да се виждат добре стоките
- Най-продаваните продукти са изложени на повече редове на щанда
- Изложението привлича вниманието на потребителя



Как да се запази пространството?



Маркови стикери



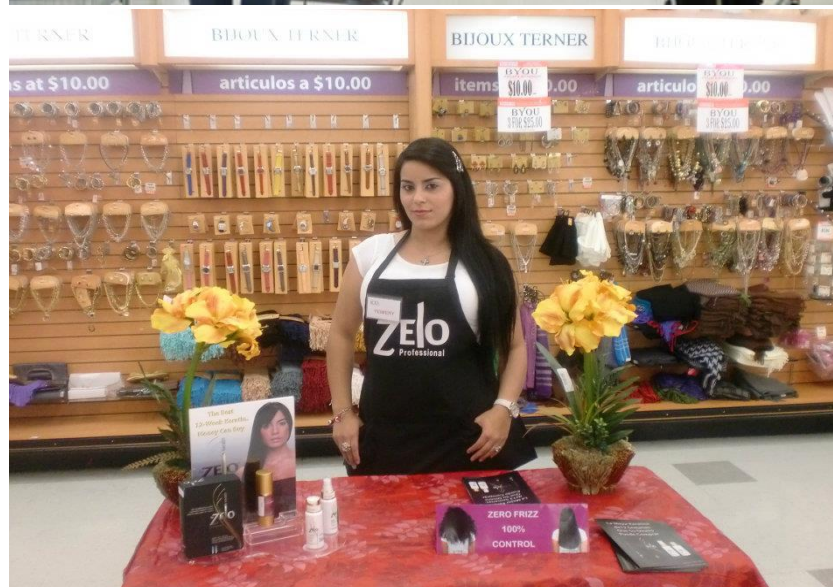
Маркирани щандове



Това помага и за борбата с разполагането на стоки на конкурентите в заделеното за съответния продукт място

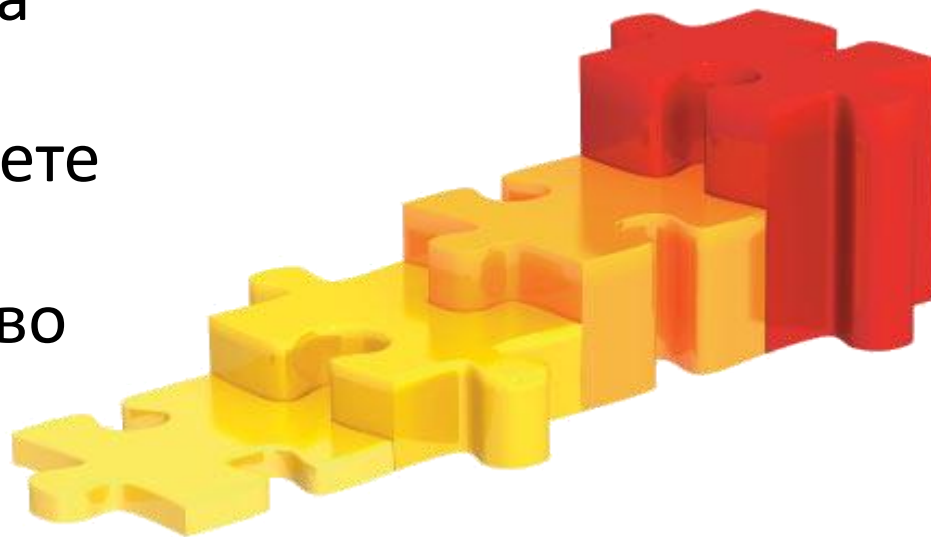
Материали за поддържане на предоставеното пространство

- Щандове, подходящи за съответния тип магазин (постоянни)
- Материали за мястото на продажба като:
 - ✓ плакати
 - ✓ висящи материали над каса
 - ✓ маркови стикери за продукта
 - ✓ промоционни дисплеи (временни)



Мърчъндайзингови дейности

- Асортимент
- Разположение в магазина
- Разположение на рафтовете
- Отпускане на пространство
- Външен вид
- Качество
- Цена и промоция



Мърчъндайзингови дейности



➤ Асортимент

- ✓ При навлизане на нови марки
- ✓ Поправки на проблеми

➤ Разполагане в магазина

- ✓ Близко до касата
- ✓ До подобни ключови стоки
- ✓ Щандовете не бива да пречат на клиентопотока

➤ Разположение върху рафта

- ✓ Отделете повече място за бързо продаващи се стоки
- ✓ Поставете подходящи стикери и рекламни материали

Мърчъндайзингови дейности (2)

➤ Външен вид

- ✓ Хоризонтално или вертикално с подходящи рекламни материали

➤ Качество

- ✓ Старата стока се поставя пред новата
- ✓ Повредените продукти се премахват своевременно



Мърчъндайзингови дейности (3)

➤ Цена

- ✓ Показване на точните цени на мястото на продажба

➤ Промоции

- ✓ На видно място в магазина
- ✓ близо до основния клиентопоток
- ✓ Подсигурени с рекламни материали

➤ Администрация

- ✓ Събиране плащането на всички неизплатени сметки с клиента

➤ Приключване на посещението

- ✓ Обобщаване на поетите действия
- ✓ Уговорка на следваща среща

➤ Преценка след посещението

- ✓ Анализ на собствените действия във връзка с посещението



Благодарим за вниманието!