

# **МЕРЧАНДАЙЗИНГ: ПРЕЗЕНТАЦИЯ БРЕНДА В РОЗНИЧНОЙ СЕТИ**

# ЦЕЛИ ИССЛЕДОВАНИЯ

- **Показать, как визуальное представление в рознице может повлиять на имидж бренда.**
- **Выявить признаки удачной и неудачной презентации брендов в розничной сети на примере брендов электроники.**
- **Посмотреть насколько представление может повлиять на выбор бренда покупателем.**
- **Выработать рекомендации по презентации брендов в розничной сети.**

# ИСТОЧНИКИ ДАННЫХ

- Все фотографии сделаны в магазинах Circuit City и Best Buy в г. Колумбусе, штат Огайо 30 июня 2003 года.
- Магазины Circuit City и Best Buy являются прямыми конкурентами и ассортимент и цены этих магазинов очень близки.
- Объекты исследования: манера представления товара в магазине, представление брендов без специального выставочного оборудования и с использованием оборудования
- Товарные категории: телевизоры, звуковые системы для дома, звуковые системы для автомобилей

# ЗВУКОВЫЕ СИСТЕМЫ: BEST BUY



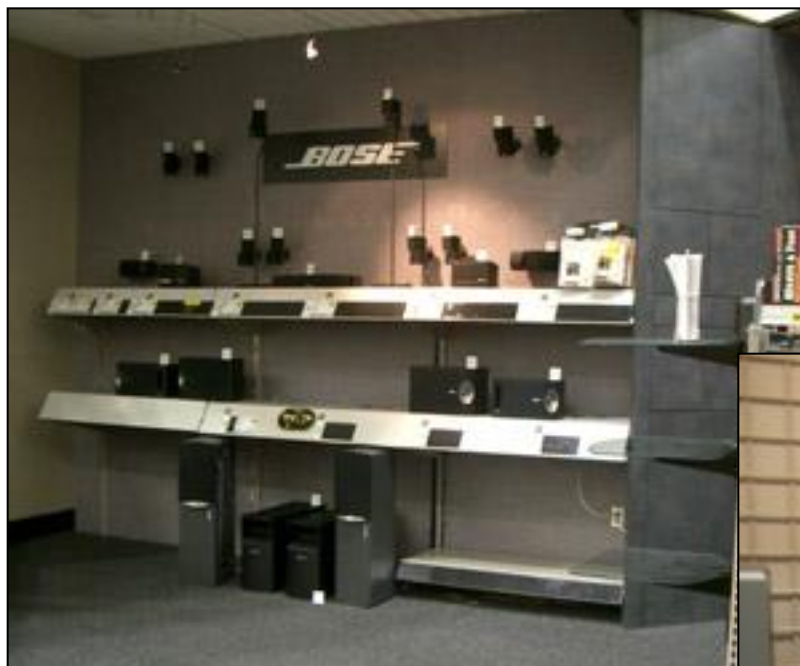
- Узкие проходы
- Непривлекательная решетка за товаром
- Коробки под полкой
- Все системы «свалены» на одну полку, нет никаких различий
- Маленькие листочки призваны объяснить параметры системы

# ЗВУКОВЫЕ СИСТЕМЫ: CIRCUIT CITY



- Специальные подставки
- Пространство не заставлено коробками
- Стэнд притягивает внимание покупателя
- Продукт соответствует визуальному представлению (вытянутые колонки на подставке)

# БРЕНД BOSE: BEST BUY



Розничная сеть, не обращающая достаточного внимания на визуальное представление брендов, которые она продает может испортить имидж бренда в глазах покупателя.



Бренд Bose славится привлекательным дизайном и сильным визуальным представлением, но в сети Best Buy его презентация оставляет желать лучшего. Может, поэтому Bose начал открывать свои собственные магазины?

# БРЕНД BOSE: CIRCUIT CITY



Визуальное представление Bose в магазине Circuit City соответствует премиальному позиционированию бренда.

Фирменные стенды дают возможность рассказать покупателю побольше о продукте и технологиях, продукт представлен с самой выигрышной стороны.

# ТЕЛЕВИЗОРЫ: BEST BUY



В магазине Best Buy телевизоры расставлены в узких проходах, не позволяющих покупателю полностью оценить их свойства. Даже специальные стенды не способны правильно представить продукцию.





# ТЕЛЕВИЗОРЫ: CIRCUIT CITY

Товар представлен «лицом» покупателю. На стенах установлены навигационные знаки. Категоризация товара понятна и покупатель легко может найти нужный ему телевизор. Внимание покупателя не отвлечено коробками.



# АВТО ЗВУКОВЫЕ СИСТЕМЫ: BEST BUY

Товар распределен по категориям и расположен на одной стене магазина.



# АВТОМОБИЛЬНЫЕ ЗВУКОВЫЕ СИСТЕМЫ



Кассетные и CD-деки расположены на одной стороне стены. Покупателю легко запутаться, к какой системе относится описание. Пустые слоты «заткнуты» облицовочными плитками.

# АВТО ЗВУКОВЫЕ СИСТЕМЫ: CIRCUIT CITY



Интегрированная стена представляет несколько категорий продукции одинакового класса.

Продукция более высокого класса продается в отдельной звуковой комнате (см. Фотографии на следующем слайде). Магазин располагает собственным помещением по установке систем, соединенным стеклянными дверями с тоговым залом.

# АВТО ЗВУКОВЫЕ СИСТЕМЫ: CIRCUIT CITY



На этой фотографии представлена специальная комната для прослушивания аппаратуры более высокого класса. На центральной стене расположены СД-еки, вверху стены – усилители, по сторонам – колонки и внизу сабвуферы.

# АВТО ЗВУКОВЫЕ СИСТЕМЫ: САБВУФЕРЫ

Best Buy



Circuit City



Комментарии излишни