

Размещение и выкладка товаров в торговом зале



Учитель технологии
Бердоносова Г. П.



Размещение товаров

- Размещение товаров – это расположение их на отдельных участках торгового зала по наиболее существенным признакам: видам, группам, сортам и др.



Размещение товаров

- Рациональное размещение товаров в торговом зале позволяет правильно формировать потоки покупателей и сокращать время их обслуживания. Постоянные покупатели знают, где размещается тот или иной товар в торговом зале, и быстро его находят.



Размещение товаров

Операции по размещению и выкладке товаров можно разделить по нескольким направлениям:

- 1. определение места расположения секции (комплекса) в торговом зале;
- 2. определение площади торгового зала под секцию (комплекс);
- 3. определение способа и места выкладки товара на оборудовании;
- 4. оформление полок.



Определение места расположения секции в торговом зале

- Определение места расположения секций - это прежде всего продуманная последовательность их размещения в торговом зале с учетом психологии покупателей, расположения вспомогательных помещений, характера покупательского спроса.

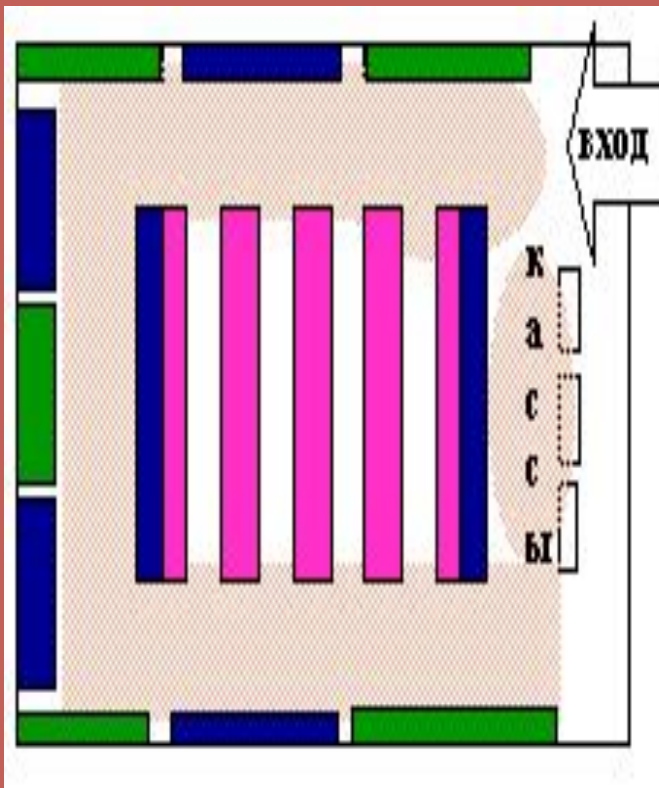


Закрепление за секциями зон проводится с учетом следующих требований:

- -зона товарных групп, которые подготавливаются к продаже в магазине, должна примыкать непосредственно к помещениям, где производится подготовка к продаже;
- -зона товарных групп, требующих длительного ознакомления с ними покупателей, размещается в глубине торгового зала;
- -зона, где размещаются крупногабаритные и тяжелые товары, должна находиться около узла расчета или выхода из торгового зала;
- -затраты труда торгового персонала, связанные с пополнением и перемещением товаров в торговом зале, должны быть минимальными;
- -к товарам должен быть обеспечен свободный доступ покупателей;
- -соблюдение принципа товарного соседства с учетом специфических особенностей каждой товарной группы;
- -последовательность расположения секций целесообразно сохранять неизменной. Так как покупатели привыкают к местам расположения товаров, им не приходится затрачивать время на поиски нужной секции.
- Взаимозаменяемые товары следует размещать рядом.



Размещение товаров



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.

Определение площади торгового зала под секцию

- После того, как определили месторасположение для секций (комплексов) устанавливают, какую часть торгового зала должны занимать те или иные секции. Для этого следует соотнести объем их продаж с общим объемом продаж по магазину и полученным значением руководствоваться при планировании использования торговой площади.



Определение способа и места выкладки товара на оборудовании

Под выкладкой товаров понимаются технологические процессы, связанные с расположением, укладкой и показом товаров на торгово - технологическом оборудовании.



Выкладка товаров

Привлекательная, удачно разработанная и поддерживаемая в порядке выкладка товаров способствует тому, что посетители, пришедшие в магазин, приобретают товар и тем самым обеспечивают магазину прибыль.

В торговых залах магазинов самообслуживания применяются следующие приемы выкладки товаров:

- -навалом;
- -штабелем;
- -стопками, рядами.



Выкладка товаров

Выкладка товаров навалом осуществляются с использованием различных типов емкостей или базовых стенов. Это могут быть магазинные тележки, проволочные корзины, бачки, столы и другое. Обычно используется один вид товара. Выкладка товаров с применением тележек является широко распространенным приемом в торговле.



Выкладка товаров

- При выкладке товаров стопками, рядами применяют горизонтальный, вертикальный, комбинированный и дисплейный способы.



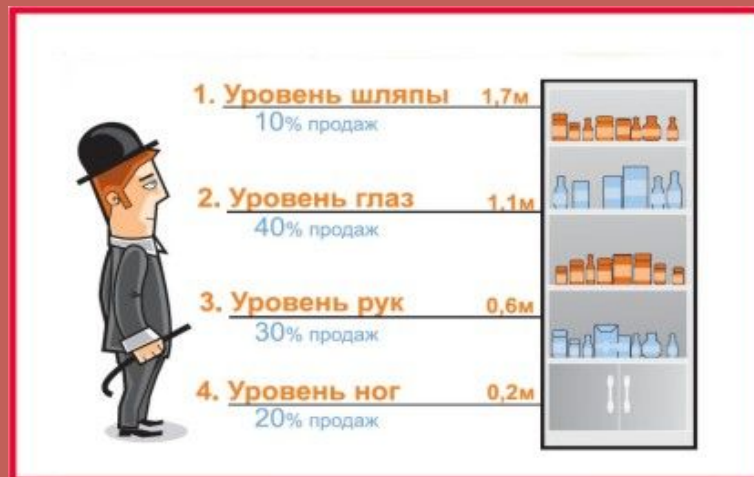
Горизонтальная выкладка товаров

- При горизонтальном способе выкладки одноименные товары размещают на одной или двух полках по всей длине оборудования, установленного в линию. Данный способ наиболее эффективен для реализации крупногабаритных товаров и всех товаров при малой площади магазина. При этом следует иметь в виду, что с одних полок товар реализуется лучше, чем с других. Те полки, которые находятся на уровне глаз покупателя - высота от пола 110-160 см, считаются наиболее привлекательными.



Горизонтальная выкладка товаров

- При переносе товара с самой нижней полки на третью снизу - ту, что на уровне глаз, - объем продаж увеличивается на 30-55%, при переносе со второй полки на третью - на 10-20%. Учитывая это, на нижних полках должны размещаться товары, которые покупаются не импульсивно, а осознанно, например пятилитровые бочки пива. В непродовольственных магазинах на нижних полках также выставляются крупногабаритные товары крупногабаритные товары.



Вертикальная выкладка товаров

- При вертикальном способе выкладки одноименные товары выкладывают на полках одной горки в несколько рядов сверху вниз. Преимущество этого способа - хорошая обзорность и более четкое разграничение выложенных товаров. Недостатком такой выкладки является увеличение площади выкладки при размещении товаров. Этот способ широко применяют в магазинах самообслуживания с торговым залом большой площади.



Комбинированная выкладка товаров

- Наиболее часто на практике применяют комбинированный способ выкладки, сочетающий горизонтальный и вертикальный способы выкладки товаров. Он позволяет наиболее эффективно использовать площадь выкладки на оборудовании и размещать больше товаров в торговом зале.



Дисплейная выкладка

- Дисплейная выкладка обычно применяется на дополнительных точках продажи. В этом случае используется отдельно стоящий фирменный стенд или стойка, не привязанная к основной точке продажи данного товара.



Оформление полок

- При оформлении полок необходимо учитывать психологию покупателей. Основное правило - выкладка должна быть насыщенной. При этом важно определить количество единиц товара для выкладки. Так, нередко мерчендайзеры совершают ошибку, выставляя на полке в "затылочек" несколько флаконов духов, одеколонов или упаковок молочных продуктов. Из мировой практики известно, что человеческий глаз может воспринять товар, если рядом с ним представлены, как минимум, 3-5 однотипных товаров, выставленных на полке по горизонтали.
- Какой бы ни была ширина полки, товар должен располагаться на ней относительно свободно, иначе он теряется.
- Все товары выкладывают на торгово-технологическом оборудовании этикетками и рисунками на упаковке, обращенными в сторону покупателей. Ценники должны быть аккуратно оформлены, надписи на них - разборчивы и легко читаемы. Выкладка должна обеспечивать демонстрацию наилучших качеств того или иного товара, той или иной марки продукции.



Оформление полок



Декоративное оформление торцевых витрин



Оформление полок



Массовые выкладки

Применяют в основном для товаров повседневного спроса или продуктов, пользующихся у покупателей особой популярностью.

