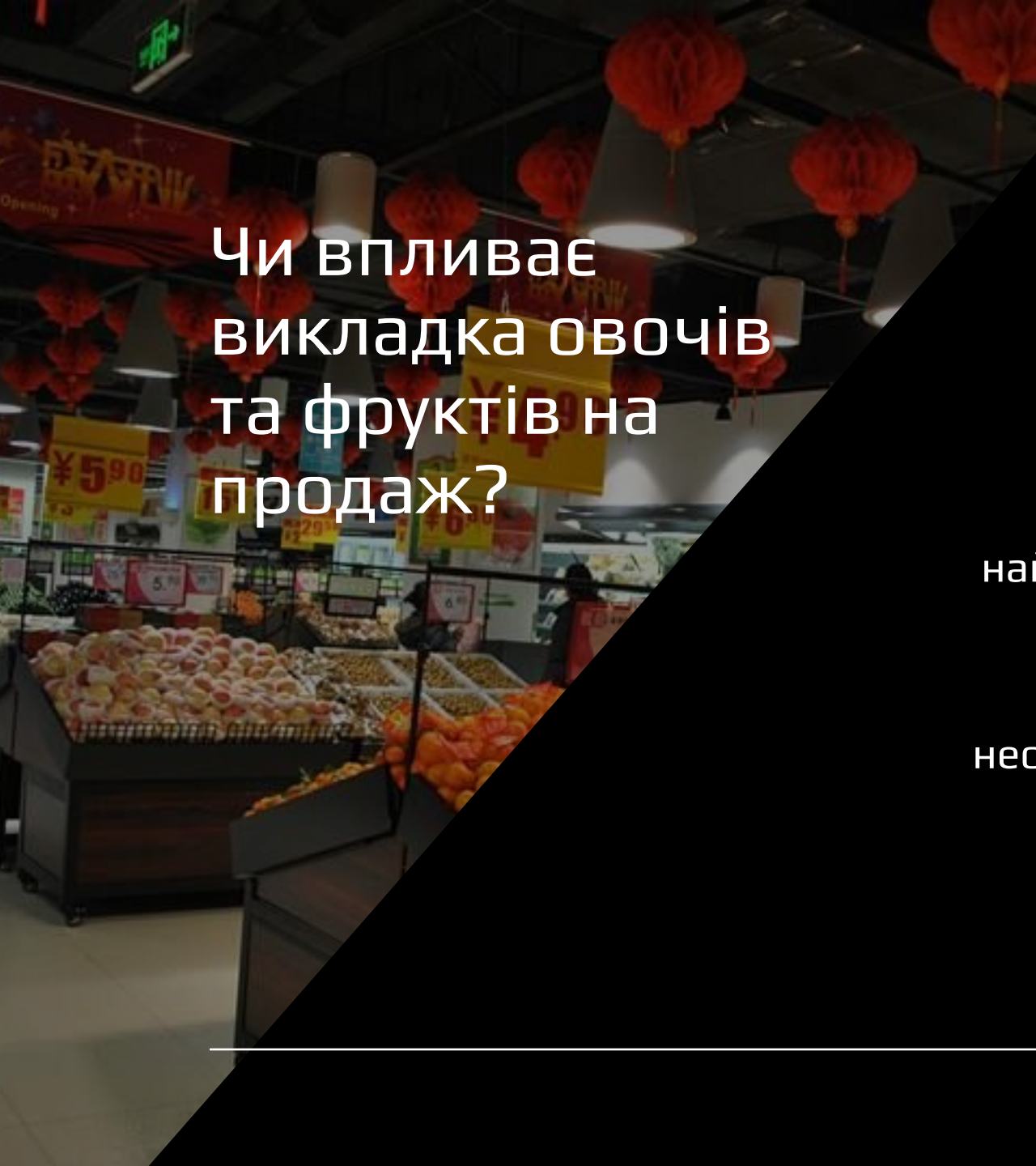



МИСТЕЦТВО
МЕРЧЕНДАЙЗИНГУ. ЯК
КРАСИВО ПРОДАВАТИ
ОВОЧІ ТА ФРУКТИ



Чи впливає викладка овочів та фруктів на продаж?

- Відділи магазинів, де проводиться викладка овочів та фруктів, часто одні з найважливіших для торгових точок малого та середнього формату, оскільки ця продукція належить до категорії першої необхідності. Правильне викладання овочів та фруктів – це гарантований приплив нових та ефективний інструмент утримання постійних покупців.
-



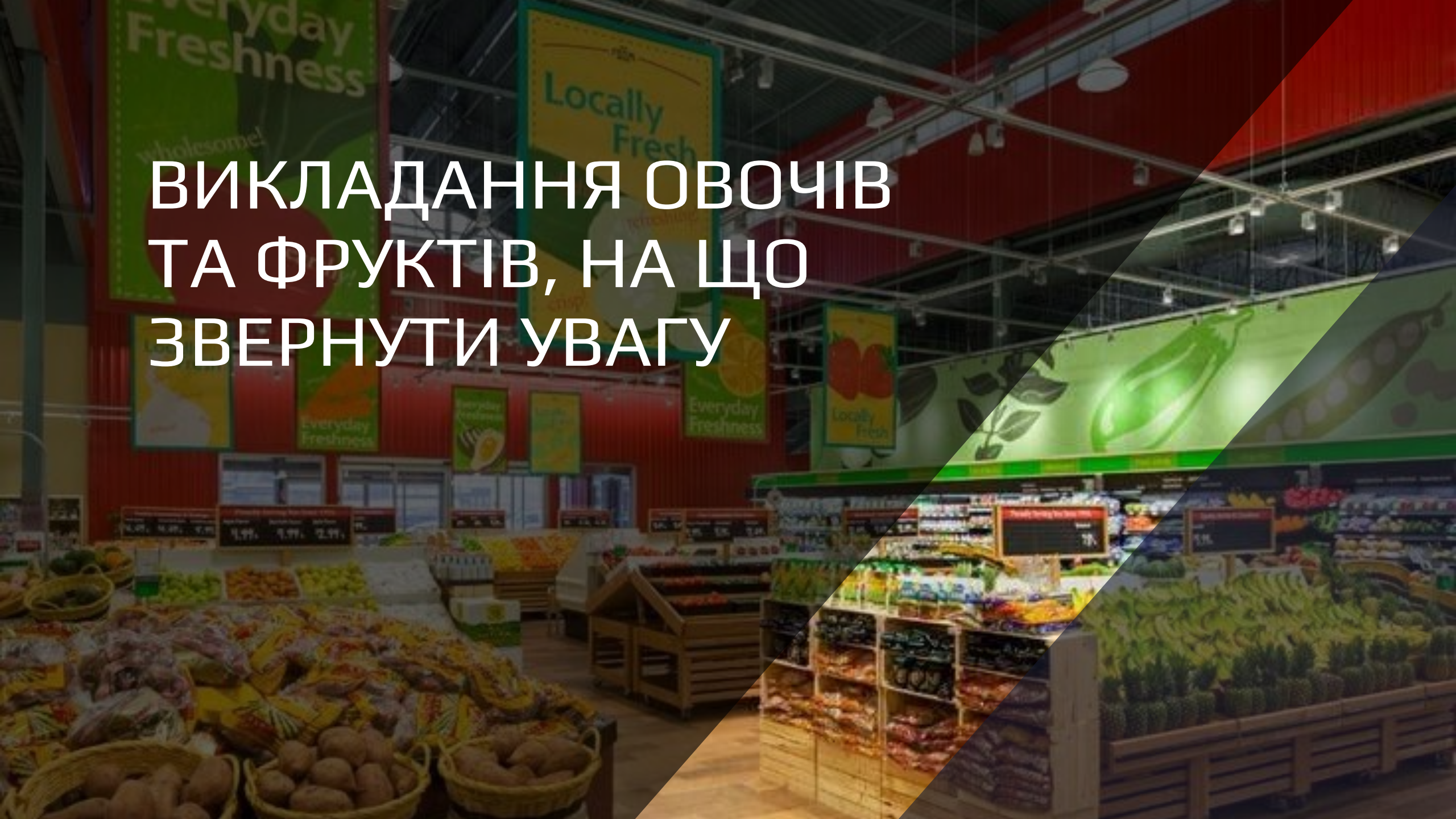
Що дає гарна викладка овочів та фруктів?

- По-перше, це гарантоване привернення уваги, а отже – збільшення продажів.
- По-друге, це барвисте оформлення торгового залу, у тому числі зі штучною зеленню та муляжами, які, на відміну від самих продуктів, не псуються.
- По-третє, використання додаткового обладнання (дільники, кошики, лотки тощо) – це зручність обслуговування покупців.

Правила викладання фруктів та овочів

- Необхідно розділити відділ на зони, де розміщуються різні типи товарів. Таким чином, весь асортимент коренеплодів буде розташований в одній зоні, зелень в іншій, а, наприклад, яблука та цитрусові – у третій. Це зручно і покупцям, і персоналу, завданням якого є поповнення експозиції.
- Оптимально поєднання холодильної гірки і «розвалу», коли продукції, що швидко псується, створені належні умови для зберігання. Для супермаркетів правильніше всього розташовувати відділ на початку торгового залу. При цьому для найвигідніших товарів діє правило «золотої полиці» — вони мають бути приблизно на рівні очей.



A photograph of a grocery store's produce section. The scene is filled with various fruits and vegetables displayed in wooden crates and baskets. In the foreground, there are several baskets of potatoes. The background shows more produce, including leafy greens and other vegetables. The store has a red wall with several signs hanging from the ceiling. The signs include "Everyday Freshness" and "Locally Fresh". A large green sign with a pea illustration is also visible. The lighting is bright, and the overall atmosphere is clean and organized.

ВИКЛАДАННЯ ОВОЧІВ ТА ФРУКТІВ, НА ЩО ЗВЕРНУТИ УВАГУ

С - СВІЖІСТЬ

Перше, головне правило для тих, хто торгує фрешем, говорить, що продукція має бути ідеально свіжою. І це зовсім не легке завдання: товар, що надзвичайно швидко псується. Тому необхідно здійснювати безперервний контроль якості представлених на прилавку фруктів та овочів та своєчасно (і таємно) прибирати плоди зі слідами псування.

Р - РОЗТАШУВАННЯ

Експерти сходяться на думці, що раціональніше розміщувати плодоовочеві прилавки по правій стіні супермаркету або в центрі торгового залу, ближче до кас. При цьому важливо пам'ятати, що фрукти та пакетовані/бутиловані соки не слід розташовувати в безпосередній близькості, оскільки вони є товарами-субститутами (іншими словами, взаємозамінні). А ось вино і фрукти, навпаки, виступають як товари-компліменти і чудово один одного доповнюють.

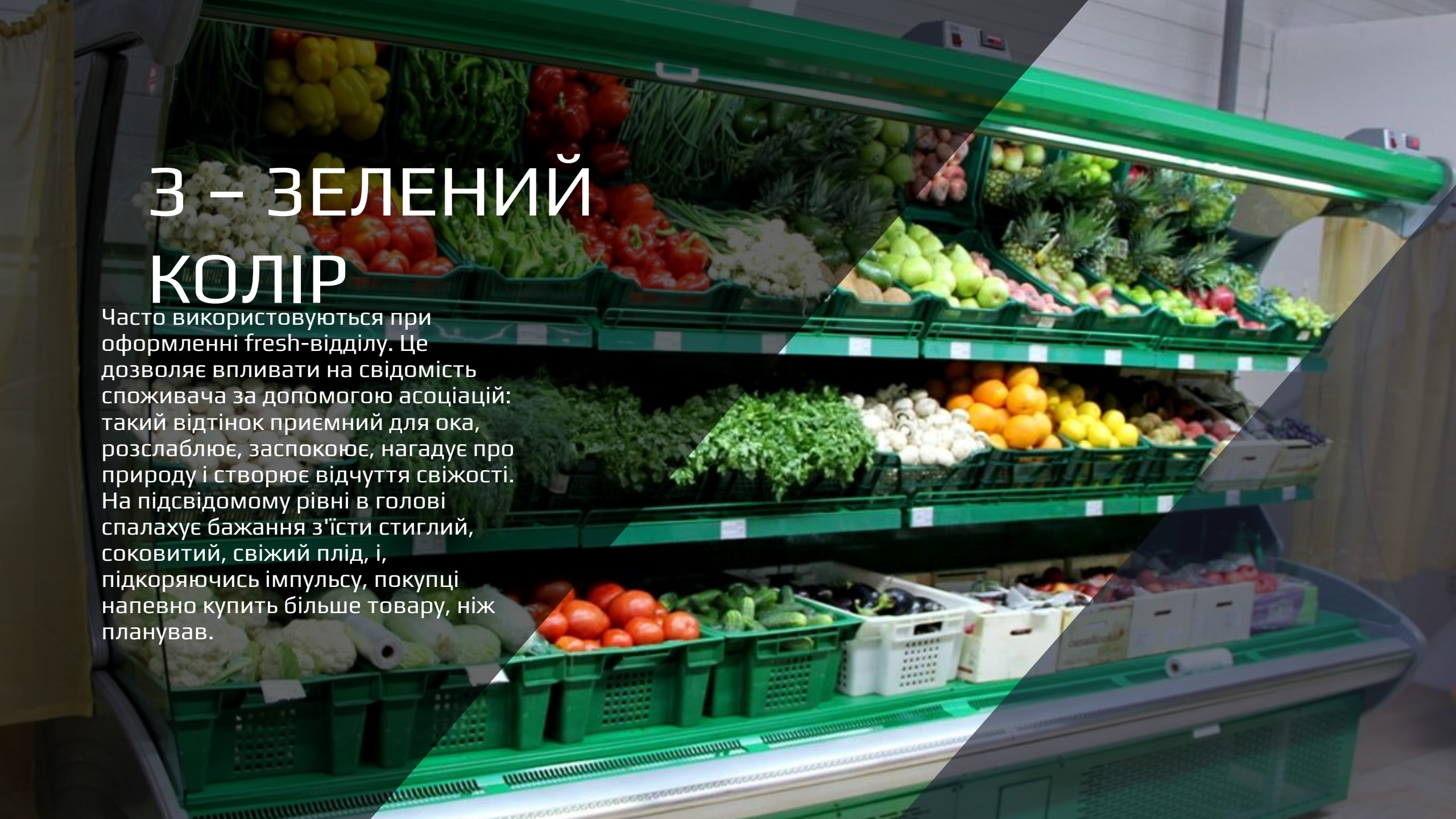


К - КОНТРАСТ

Фреш-продукція – це калейдоскоп квітів та форм. Ця різноманітність можна – і потрібна! - Використовувати, створюючи неповторний, гіпнотизуючий покупця візерунок. Тут добре працює принцип контрастності: коли поруч мають плоди, що значно відрізняються зовні.

З – ЗЕЛЕНИЙ КОЛІР

Часто використовуються при оформленні fresh-відділу. Це дозволяє впливати на свідомість споживача за допомогою асоціацій: такий відтінок приємний для ока, розслаблює, заспокоює, нагадує про природу і створює відчуття свіжості. На підсвідомому рівні в голові спалахує бажання з'їсти стиглий, соковитий, свіжий плід, і, підкоряючись імпульсу, покупці напевно купить більше товару, ніж планував.



Ф - ФАСОВКА

Фасовані овочі та фрукти однозначно зручніше в реалізації: упаковка допомагає зберегти їх свіжість на більш тривалий термін, є провідником інформації про виробника та сам товар, дозволяє продавати вже вимиті та готові до вживання продукти. Нарешті, фасування дозволяє захистити від ушкоджень тендітні (і найчастіше, дорогі) плоди, наприклад, ніжні екзотичні фрукти. І все ж таки переважно для овочевого (і фруктового) відділу характерна викладка «навалом»: навіть у вік технологічного пакування, всюдисущого пластику та просунутих технологій покупці мріє опинитися на сільському ярмарку, де прилавки ломляться від стиглої, смачної та такої корисної продукції.



С - СЕЗОННІСТЬ

Червень – час збирання врожаю полуниці, вишні, черешні. У серпні та вересні настає сезон кавунів, динь, яблук. Взимку плодносять грейпфрутові, гранатові, мандаринові дерева (звичайно, йдеться про південні широти, але завдяки налагодженій логістичній мережі Північ також смакує радість зимових сортів). Щоб з найбільшою вигодою продати сезонні овочі та фрукти, ритейлери організують спеціальні окремі стенди, виділяють значну частину вітрини, використовують незвичайні види викладки – словом, розставляють акценти і привертають увагу до товару всіма доступними способами.



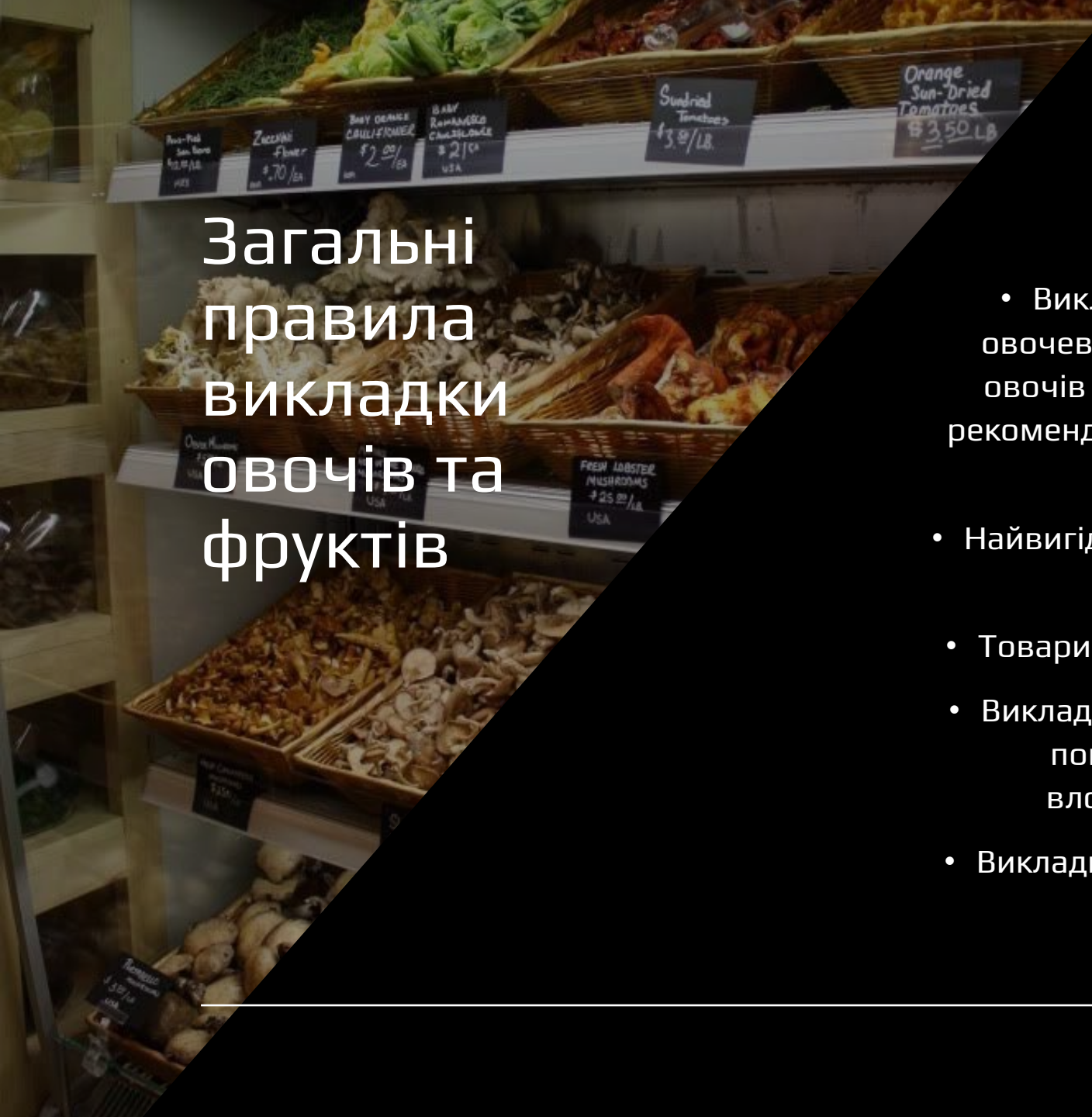


I - ІНФОРМАЦІЯ

Споживачі купують менше свіжої продукції, ніж хотілося б? Саме час нагадати їм про необхідність щоденного споживання овочів та фруктів та запропонувати цікаві рецепти салатів або коктейлів. Багато хто прагне здорового способу життя і правильного харчування, і з вдячністю відгукнуться на корисні рекомендації.

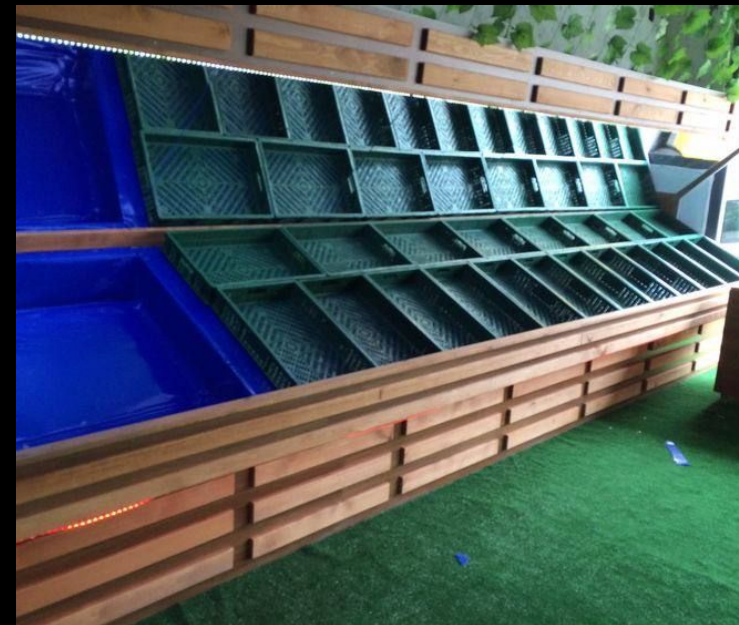
П – ПЕРЕХРЕСНИЙ МЕРЧЕНДАЙЗИНГ

Про цей прийом ми згадуємо досить часто. І це не випадково: він чудово працює! У відділі крос-продажу, що цікавить нас, також знаходять своє застосування: розташуйте по сусідству з фруктово-овочевою вітриною стенд з гострими ножами, овочечистками, пресами для цитрусових, і покупці не тільки не запідозрять вас у спробі вліпити їх на маркетингову вудку, але і відчують почуття подяки за блискучу ідею придбати корисне кухонне приладдя.

A photograph of a grocery store produce section. The shelves are filled with various items in baskets, including fresh produce and dried goods. Price tags are visible, such as 'Sundried Tomatoes \$3.50/LB' and 'Orange Sun-Dried Tomatoes \$3.50/LB'. The text 'Загальні правила викладки овочів та фруктів' is overlaid on the left side of the image.

Загальні правила викладки овочів та фруктів

- Викладайте за типом товару - розділіть відділ на овочеву та фруктову зону, потім усередині за типом овочів або фруктів. Це означає, що всі коренеплоди рекомендується розташувати в одній компактній зоні, яблука в іншій, а зелень у третій.
- Найвигідніші для Вас товари повинні лежати на рівні очей.
- Товари, що швидко псуються, в охолоджуваній зоні.
- Викладка повинна добре проглядатися по ходу руху покупців, причому побіжним поглядом повинні вловлюватися основні товарні блоки викладки.
- Викладка має бути красиво оформлена, обладнання бездоганно чисте, товари чисті та акуратні.



Стенди для овощей та фруктов









CHRISTIAN SALVACION
POWERED BY NUBIA

