

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БОБРУЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

Исследовательский проект
ВИЗУАЛЬНЫЙ МЕРЧАНДАЙЗИНГ
*на примере Бобруйского мясокомбината
магазин «Якдома»*



ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях торговля является сложным, многоуровневым, динамично развивающимся бизнесом, для успеха которого нужно искать покупателей, выявлять их нужды и потребности, закупать соответствующие товары, складировать, перевозить, договариваться о ценах и условиях продажи.

Создание хорошего ассортимента, низкой стоимости товаров в местах розничной торговли, но всегда означает, что эти товары будут реализованы потребителям. Это вызвано тем, что ни один, даже самый хороший товар не может продать себя сам, поэтому необходимо обеспечивать эффективное представление товаров в магазине, убедить покупателей в целесообразности приобретения товара и предлагать услуги, стимулирующие и подкрепляющие решение потребителя совершить покупку.

Комплекс мер направленный на продвижение и сбыт товаров в магазине, получил название мерчандайзинга.

Визуальный мерчандайзинг (visual merchandising). Мерчандайзинг, направленный на автоматическое привлечение внимания покупателя к товару за счёт эффектного расположения выставленных товаров, наличия рекламных, оформление ценников и др.

Цели визуального мерчандайзинга



Визуальный мерчандайзинг призван вызвать у покупателя положительные эмоции, заинтересовать и подтолкнуть его к незапланированной покупке товара. Он определяет приемы и правила оформления витрин и полок, расстановку товара, оформление интерьера, логику движения покупателей, освещение в магазине и многое другое. Использование стандартов визуального мерчандайзинга позволит увеличить объемы продаж и получить



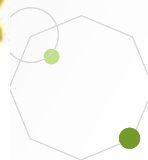
ВИЗУАЛЬНЫЙ МЕРЧАНДАЙЗИНГ на примере Бобруйского мясокомбината магазин «Якдома»



Специализированный магазин «Якдома» славится своими колбасами из экологически чистого мяса.

Занимаемся важным и благородным делом — обеспечиваем людей вкусными колбасными изделиями.

Качественное сырье, использование натуральных специй и пряностей, бережное отношение к традициям и современное техническое оснащение — залог успеха «Якдома»





ОАО «Бобруйский мясокомбинат» одно из старейших предприятий города Бобруйска и одно из крупнейших предприятий мясоперерабатывающей промышленности Республики Беларусь, которое в 2021 году отметило свой юбилей - 90 лет!

ОАО «Бобруйский мясокомбинат» - это предприятие, которое неизменно следует своим главным принципам и традициям: продукция только отменного качества, всегда широкий выбор колбасных изделий, готовых продуктов из свинины и говядины, мясных полуфабрикатов.

Логотип



Визуальный мерчандайзинг на примере Бобруйского мясокомбината магазин «Якдома»



Для приятной атмосферы в магазине выбрали спокойную цветовую гамму:

1. **Черный цвет** создает иллюзию большего размера, объема и веса
2. **Коричневый цвет** говорит о стабильности, надежности. Это цвет земли и он ассоциируется со всем природным и натуральным. Настраивает на серьезные отношения, взаимовыгодную пользу.
3. **Белый цвет** заявляет о чистоте, невинности, спокойствии, нейтралитете. Является самым универсальным цветом.



Музыкальное сопровождение



Не секрет, что звуковое обслуживание в магазине оказывает психологическое воздействие на потребителя, привлекает внимание и интерес покупателя к товару таким образом, что появляется желание приобрести тот или иной продукт. Грамотное музыкальное оформление торгового помещения, создает комфорт и позитивное настроение у покупателя, и что самое главное - формирует индивидуальный стиль магазина.

Для магазина выбрали спокойную мелодичную, предпочтительно без слов, музыку.

В утренние часы фоновая музыка более спокойная, в обеденное время напротив, используются энергичные мелодии.

В целом фоновая музыка для повышения количества продаж должна быть нейтральной, ненавязчивой, легкой и позитивной.



Освещение

Чтобы придать красивый вид нашей продукции используется лампы 76 спектра, такая лампа подчеркивает натуральные красные и розовые цвета.

А над прилавком - стандартные люминесцентные лампы с коэффициентом.



Планировка торгового зала

Для торгового зала применена линейная планировка.

Линейная планировка торгового зала позволяет четко формировать потоки движения покупателей, обеспечить лучший просмотр зала и более эффективно использовать площадь торгового зала.



Аромат

Ещё один не менее важный фактор. Аромат в магазине мясной, свойственный колбасным изделиям, присутствует аромат специй.

Также используется ароматизация.

Ароматизация магазинов необходима для освежения помещения и устранения неприятных запахов, которые возникают в любом оживленном месте.



Прилегающая территория

Территория магазина
обложена плиткой и небольшой
растительностью.

Для удобства посетителей
добавили парковку. Так что теперь
каждый сможет без проблем
приехать в наш магазин,
припарковать свой автомобиль и
отправиться за покупками.



Торговое оборудование



Для размещения продукции используются отдельностоящие холодильные прилавки-витрины. Они позволяют максимально эффективно презентовать большое количество товаров на ограниченной площади. Под стеклом все товары хорошо видны, подсветка делает витрину более привлекательной.



Для расчёта с покупателями используется СКС. Она предназначена для выполнения кассовых операций, автоматизации обработки данных при реализации товаров, для учёта, накопления, обработки этих данных и печати платежных документов.



Выкладка товара

Выкладка товара производится по производителям от минимального по цене продукта к более дорогому. Акционные товары выделяются **красными/желтыми** ценниками.

Выкладывается колбасная продукция на двух видах витрин – **горизонтальной** и **вертикальной**.

На **горизонтальной** колбасы лежат одна к другой по видам, продукция срезается по диагонали, срез направлен к покупателю и обязательно закрыт пищевой пленкой, иначе он обветрится и станет серым.

На **горизонтальной** выкладываются вареные колбасы и ветчины с небольшой фасовкой (обычно 400 г.), сосиски и сардельки с небольшой фасовкой (обычно 330 г.) в вакуумных упаковках, кружки полукопченых колбас также в вакуумной упаковке, сырокопченые колбасы нарезанные в упаковке и подвешенные целыми батонами в ряд. Вакуумные упаковки разложены веером, тоже по видам.

На каждый вид колбасы имеется отдельная витрина: варёные колбасы отдельно от варёно-копчёных. Сырокопчёные отдельно от варёно-запечёных деликатесов. Холодец, сальтисон и паштет выложены в одной витрине с вакуумными нарезками.



Дегустация

Дегустация это – самый простой и действенный способ завоевать сердце покупателя, обеспечивающий прямой контакт между продуктом и потребителем.

Дегустация колбасных изделий в магазине проводится раз в месяц в субботу с **19:00** до **21:00**, также это то время, когда люди могут приобрести различные блюда или продукты по скидке.

Во время проведения дегустации проходит параллельный опрос людей на предмет качества колбасной продукции, пожеланий её улучшения, отношения к внешнему виду и прочее. Такой опрос проводится с целью улучшения производимой продукции.



Оформление наружной витрины

Для привлечения покупателей используется один из видов маркетинга – **витринизм**. Он позволяет нам визуально презентовать товар.

Оформлена витрина в таком же стиле, как и сам магазин – цветовая гамма, используемые отделочные материалы.



Правила визуального мерчандайзинга

Витрины: Витрины магазинов - это первое, с чем сталкиваются покупатели.

Визуальные коммуникации используются для оформления торгового пространства. Это может включать в себя создание тематических зон, декоративных элементов, а также использование цветовой гармонии и текстур, чтобы создать определенное настроение.

Информационные баннеры и вывески: В магазинах устанавливаются баннеры и вывески с информацией о специальных предложениях, скидках, новинках или характеристиках товаров. Эти элементы привлекают внимание и информируют покупателей.

Ценники и ярлыки: Используются для отображения цен, характеристик товаров и другой важной информации. Они должны быть четкими и легко читаемыми.



Заключение

Визуальный мерчандайзинг является важнейшим компонентом успеха розничной торговли.

Понимая значение визуального мерчандайзинга и внедряя лучшие практики, ритейлеры могут создавать захватывающие и вовлекающие впечатления в магазине, повышать удовлетворенность клиентов и увеличивать продажи.

