

Мерчандайзинг детского магазина



Черкаси, Україна

тренинг «Мерчандайзинг детского магазина».

Мерчандайзинг или особенности детского шоппинга. Стратегии повышения продаж детских товаров в розничных магазинах. Особенности покупок при участии детей: покупки по просьбе родителей; покупки детям совместно с взрослыми; самостоятельные покупки, совершаемые из карманных денег; семейные покупки, которые совершаются под влиянием или с учетом мнения детей.

Функциональные обязанности по мерчандайзингу: заказ коллекций, расположение коллекций внутри торгового зала, комбинация моделей в рамках представления коллекции, организация работы торгового персонала.

Визуальное, аудиальное и кинестетическое восприятие детских товаров. Общее и различное в дет-ском и взрослом восприятии товара.

Правило ассортимента. Правило торгового запаса. Правило присутствия. Правило сроков и ротации. Правило расположения. Правило приоритетного места. Правило эффективной презентации: как делать презентацию товара. Правило рекламной поддержки. Правило освещения. Правило размещения товаров в торговом зале. Основные ошибки в расположении товаров и товарных групп.

Планировка торговой площади детского магазина. Ассортимент и зонирование.

Особенности торговых залов. "Горячие" и "холодные" зоны в зале и на полках. Вход в магазин, движение по магазину, размещения торгового оборудования. Способы выделения товара.

Товары для беременных, новорожденных, и детей первого года жизни. Товары для мальчиков и дево-чек. Зона игрушек.

Сезонные товары, специальные предложения. Кассовая зона

Выкладка товара

Составление проектов размещения продукции в магазинах согласно принципам мерчандайзинга. Как расположить товары в зале в зависимости от покупательского спроса (товары целевого, постоянного спроса, др). Методы продвижения новых торговых марок, использование рекламных материалов.

Стандарты обслуживания детей и родителей. Мотивация покупки. Сетевые и региональные стандарты

Работа с покупателем: Анализ покупателей магазинов. Выявление целевой группы. Покупательское поведение: влияние неосознаваемых человеком факторов на принятие им решения о покупке. Процесс принятия решения о покупке. Поведение потребителей при совершении покупки. Категории покупателей, как подобрать оптимальный стиль взаимодействия Принципы организации торгового пространства;

Работа с товаром и оборудованием: Поддержание запаса и порядка в зале в течение дня; Сезонные и праздничные изменения; Размещение и выкладка товаров; Нормативы места для групп товаров; Торговое оборудование; Правила и возможности размещения рекламных материалов в магазинах. Работа с товарными группами; Соотношение марок для различных групп покупателей; Правила выделения товаров-лидеров; Правила отбора и введения новых марок; Правила выведения товаров/марок из ассортимента; Правила работы с неходовыми товарами и т.п.

Сервис и дополнительные услуги в детских магазинах.

Price: **2 400 грн.**

Тип оголошення:
Послуги, пропоную

Торг: --

Сергеева Ольга

050-496-00-94

ул Багрия, 41