

Если разобрать происхождение пока еще непонятного многим слова "мерчендайзинг", то все довольно просто: merchandising — производная от английского слова merchandise (товары) и обозначает подготовку товаров к продаже.

Полное толкование понятия мерчендайзинга с учетом всех нюансов затрагивает физическое расположение и оформление товара в точке продажи, всесторонне стимулирующее потребителя к его импульсивному приобретению, а также правильное представление и детальное знание товара продавцами.

Но все это можно изложить и совсем кратко:

МЕРЧЕНДАЙЗИНГ — ИСКУССТВО СБЫТА.

Итак, мерчендайзинг — комплекс мероприятий, прямо или косвенно направленных на увеличение объема продаж непосредственно в торговом зале (или на торговой точке). Рассматривая более подробную расшифровку процесса мерчендайзинга, следует выделить следующие наиболее важные факторы:

1. Продуманная до мелочей и выверенная выкладка товара на экспозиционном оборудовании.
2. Рекламные материалы, размещаемые на местах продаж, должны соответствовать общему имиджу торговой точки (фирмы) и быть дополнением к выставленному товару, а не собственно чистой рекламой.
3. Всегда стремиться представить максимально возможный ассортимент товара или его группы.
4. Упаковка товара в обязательном порядке должна иметь привлекательный и солидный вид.
5. Ценники на товаре должны быть не только правильно заполнены на предмет соответствия всем нормативным требованиям торговли, но и содержать понятную и полезную для покупателя информацию.
6. Все рекламные и информационные материалы должны быть выполнены на самом высоком уровне.
7. Место расположения конкретного товара в торговом зале должно быть тщательно продумано: уровень просматриваемости товара, возможность контакта с ним, освещенность и т. п.
8. Постоянно осуществлять контроль за действиями конкурентов по продвижению аналогичного товара.
9. Проводить всестороннюю подготовку и подбор продавцов, включающих в себя два важнейших и во многом решающих момента:
 - а) продавцы обязаны знать все составляющие характеристики своего товара: качество, технологию производства, правила потребления или эксплуатации, преимущество перед другими и круг товаров, сопутствующих основному;
 - б) продавцы должны быть в высшей степени коммуникабельны, артистичны, полностью владеть искусством общения с людьми; уметь представить свой товар и продать его так, чтобы у клиента осталось настолько яркое впечатление после покупки, что ему потом обязательно захотелось поделиться своим мнением о товаре, магазине и уровне обслуживания со всеми окружающими его людьми.

Запомните:

если при подготовке к продаже любого товара вы пропустите хоть одну из

вышеперечисленных позиций, значит, вы не получите максимально возможной прибыли. Это аксиома, которую даже не стоит оспаривать.

На Западе уже давно уделяют самое пристальное внимание именно правильному представлению товара. Почему? Потому что конкуренция велика, условия производства и качество одинаковы, следовательно, на разнице в цене (хоть это и важно) особо не сыграешь. И остается одно: представить, предложить и продать товар более изысканно и искусно, чем конкурент. Другими словами, идет "битва" за клиента, в которой побеждает не сильнейший, а мудрейший.

Можно сказать, что более 50% успеха в торговом бизнесе зависит именно от представления товара каждому конкретному клиенту. Причем это относится как к заранее планируемыми крупным покупкам, так и к ежедневному приобретению предметов первой необходимости и продуктов питания.

Понятно, что эти рассуждения относятся в первую очередь к тем людям, которые на момент нахождения в магазине располагают необходимой суммой для приобретения понравившегося им товара. Но всегда следует помнить и о других, тех, кто сегодня зашел посмотреть, а завтра вернется купить.

Все это говорит о том, что товар мало просто привезти в магазин в достаточном количестве и по выгодной цене. Его еще нужно правильно представить, т. е. упаковка, выкладка и представление товара продавцами должны быть на порядок выше, чем у конкурентов. Только в таком случае можно вести речь о полноценной будущей прибыли.