

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОДАЖ В МЕБЕЛЬНЫХ САЛОНАХ НА ОСНОВЕ ПРИНЦИПОВ МЕРЧЕНДАЙЗИНГА

Мерчендайзингом называется комплекс мер и средств, направленных на увеличение объемов продаж с помощью выкладки продукции и размещения рекламных материалов, который максимально облегчает доступ к нему покупателя и одновременно дает максимум информации о продукте. Результатом мерчендайзинга всегда является стимулирование желания потребителей выбрать и купить продвигаемый товар. Нюансов мерчендайзинга, которые могут помочь любому «мебельщику» увеличить свои продажи, большое количество, но начинать лучше с применения основных шагов, учитывающих специфику мебельного бизнеса.

Шаг первый: создаем планировку. Планировка – один из самых важных и при этом самых недооцененных инструментов создания правильной концепции мебельного магазина. Во-первых, планировка несет в себе функцию регулирования скорости потока покупателей и обеспечения достаточного для них пространства, облегчения логистики. Во-вторых, с помощью планировки можно информировать покупателя о ценовом уровне магазина – дискаунтер, мебельный супермаркет или мебельный бутик.

Шаг второй: разрабатываем дизайн. Дизайн магазина – особая часть концепции. Он несет в себе как эмоциональную, так и чисто практическую функцию. Он делает магазин узнаваемым, создает в нем атмосферу. Большинству сегодняшних отечественных магазинов не хватает именно такой эмоциональности.

Шаг третий: завершаем концепцию с помощью визуального мерчендайзинга. Для мебельного магазина он имеет не менее важное значение, чем для любых других магазинов. Даже если планировка и дизайн разработаны безупречно, добиться желаемого результата без правильного представления товара невозможно. Во многих белорусских мебельных центрах часто приходится наблюдать перегруженные товаром отделы с расставленной в ряд мебелью. Покупателям в такой ситуации очень сложно представить, как данная мебель может выглядеть у них дома, или придумать, с чем ее лучше сочетать. Элементы визуального мерчендайзинга помогают решить эту проблему, создавая для покупателей ощущение домашнего интерьера.

Правильные эмоции способны повысить продажи. Используя три основных инструмента, можно добиться отличных результатов.