

УДК 339.187:684

Е. М. Горова, ассист. (БГТУ, г. Минск)

ПРИМЕНЕНИЕ ПРИНЦИПОВ МЕРЧЕНДАЙЗИНГА В МЕБЕЛЬНЫХ САЛОНАХ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОДАЖ

Основные принципы мерчендайзинга:

- продукт должен быть доступен для покупателя;
- продукты импульсивной покупки должны располагаться на видном месте и привлекать внимание покупателей;
- на полках быстрее всего распродаются товары, выложенные на уровне глаз;
- для привлечения внимания покупателей, реклама и продукт должны размещаться в «горячих» точках торгового зала;
- для привлечения внимания покупателей к продукту также используется специальная выкладка продукта.

Как видим, не все принципы мерчендайзинга можно использовать в мебельных салонах при продажах, особенно принцип «На полках быстрее всего распродаются товары, выложенные на уровне глаз». Глядя на этот принцип, многие продавцы мебели принимают решение, что мерчендайзинг вообще нельзя применять в мебельном бизнесе и делают этим огромную ошибку.

Многим «мебельщикам» кажется странным, что мебель в магазине тоже можно разместить таким образом, что ее будут покупать больше или меньше. Тем не менее, это является непреложным фактом, продажа крупногабаритных товаров длительного пользования точно так же подчиняется основным законам маркетинга, как и продажа газированной воды или молока.

По данным Международной ассоциации рекламы в местах продаж (ROPAI), грамотно разместив в магазине товарные группы и учитывая поведение покупателей, можно увеличить продажи в среднем на 10%. Верная выкладка товара поднимет доход еще на 15%, а приемы акцентирования (цвет, расположение) – еще на 25%. В целом же, при прочих равных условиях, продажи «правильного» магазина могут быть на 200-300% выше, чем в аналогичной торговой точке, где товар разложен произвольно.

По статистике, только 7-9% потребителей покупают мебель спонтанно. Это говорит о том, что большинство людей стараются обдуманно подходить к таким покупкам, тщательно оценивая различные параметры. Чтобы помочь покупателям сделать выбор, важно не столько показать им широкий ассортимент мебельного магазина, сколько помочь представить, какая мебель будет хорошо смотреться у них дома. И эту особенность необходимо использовать при продажах.