



5 ШАГОВ МЕРЧЕНДАЙЗЕРА

5 ШАГОВ МЕРЧЕНДАЙЗЕРА

1

Подготовка
к визиту

3

Предварительны
й
Мерчендайзинг

5

Завершение
визита

2

Приветстви
е
клиента

4

Действия по
Мерчендайзингу

Просмотрите задачи по ТТ и Акции:

- ассортимент;
- планнограмма;
- план акций;
- информация о ДМП



1. Зарегистрируйтесь в журнале
посещений

2

— — — — —
ОТВЕТСТВЕННОЕ ЛИЦО





1. Сделайте обход всей торговой точки.
2. Проверьте соответствие со стандартами.
3. Выдвиньте всю имеющуюся в наличии продукцию вперед на всех местах продаж.
4. Проверьте наличие и актуальность всех ценников, включая дублирующие.

1. Договоритесь о выдаче продукции.
2. Вывезите весь товар, запланированный при осмотре, в торговый зал.
3. Сделайте необходимые ценники.
4. Выставьте товар согласно согласованной планограмме/стандартам выкладки Компании «Добрада» .



5. Сделайте ротацию продукции (FIFO).
6. При необходимости уберите из торгового зала просроченную/поврежденную продукцию.
7. Замените или разместите актуальные ценники.
8. Уберите за собой мусор.

1. Еще раз проверьте наличие всей ассортиментной матрицы
2. Отзвон/email Старшему мерчендайзеру
3. Сделайте фото (при необходимости)
4. Заполните ежедневный отчет, поставьте печать и возьмите чек
5. Попрощайтесь с контактным лицом
6. Сделайте отметку в журнале посещений



5 ШАГОВ МЕРЧЕНДАЙЗЕРА

1
Подготовка
к визиту

2
Приветствие
клиента

3
Предварительный
Мерчендайзинг

4
Действия по
Мерчендайзингу

5
Завершение
визита



ПРИМЕРЫ РАБОТЫ В ТТ

ОМ

П

- 1. Товар должен располагаться в «СВОЕЙ» категории**
- 2. Товар располагается СТРОГО по планограмме**
- 3. Поддерживаем корпоративный блок, при этом акционный товар в приоритете, для создания «ЯРКОГО» пятна**
- 4. Ценник должен хорошо читаться и соответствовать товару по каждому sku, на каждой полке.**
- 5. Товарный запас должен быть максимальным**

Товар должен располагаться в «СВОЕЙ» категории

Неверно!



**Размещение кетчупа в
категории
консервации**

Верно!



Поддерживаем корпоративный блок, при этом акционный товар в приоритете, для создания «ЯРКОГО» пятна

Неверно!



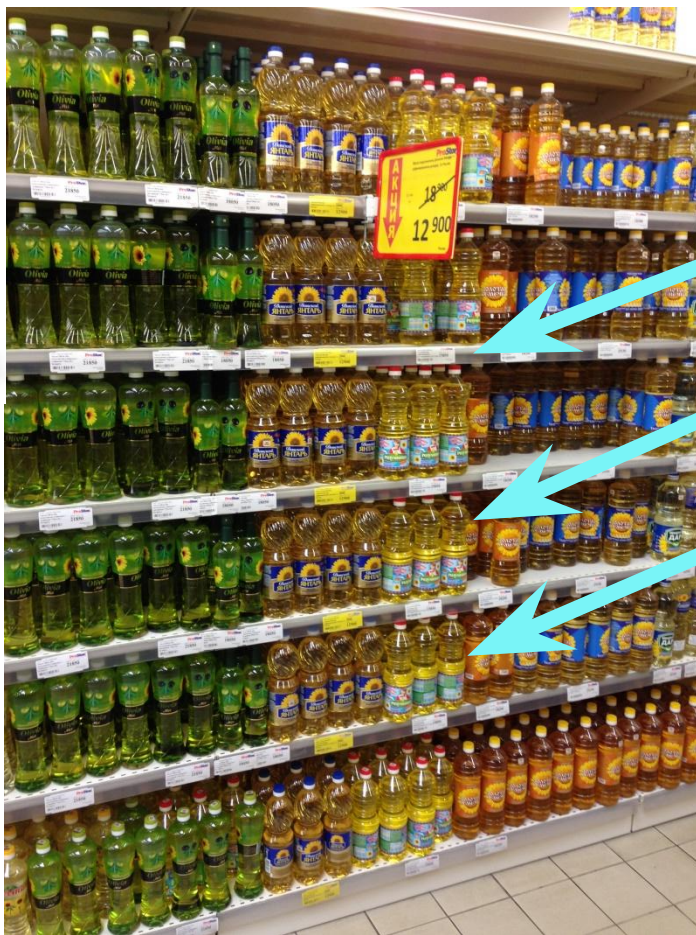
Верно!



ЗАДВАИВАЕМ ФЕЙСЫ!

Товар должен стоять «ЛИЦОМ» (фронтально, логотипом) к покупателю

Неверно!



Верно!



Неверно!



Должен хорошо
ЧИТАТЬСЯ



Ценник должен соответствовать
товару (расположен так, чтобы
покупатель НЕ ПЕРЕПУТАЛ один товар с

Товарный ЗАПАС

должен быть МАКСИМАЛЬНЫМ



Неверн



ДМ

П

**1. Выкладка должна быть ОБЪЕМНОЙ,
ДОСТУПНОЙ**

**2. ДМП должно иметь МАКСИМАЛЬНЫЙ ЗАПАС.
покупателей** одновременно для многих

**3. Товар должен быть всегда с АКТУАЛЬНЫМ
АКЦИОННЫМ ценником**

4. ДМП должно быть расположено:

- недалеко от ОМП;
- рядом с сопутствующими товарами;
- ближе к акционной зоне.

**Выкладка должна быть ОБЪЕМНОЙ, ДОСТУПНОЙ
одновременно для многих
покупателей**

Неверно!

Верно!



**ДМП должно иметь МАКСИМАЛЬНЫЙ ЗАПАС,
избытка(нагромождений) быть не должно.**

Неверно!



Верно!



4. Товар должен быть всегда с АКТУАЛЬНЫМ ЖЕЛТЫМ ценником

Неверн

Отсутству
ет
ценник

Верно!



АКЦИ

И

- 1. Размещать акционный товар на «золотых полках» (если нет строгого размещения в планеграмме)**
- 2. При акционной активности какой-либо позиции, можно ротировать товар.**
- 3. Соблюдение ротации (FIFO).**
- 4. Проверять наличие ассортимента на ОМП и ДМП.**
- 5. Максимальный ТЗ.**
- 6. Проверить актуальность и наличие акционных ценников.**

Размещать акционный товар на «золотых полках»
(если нет строгого размещения в планеграмме)

Неверно!



Верно!





При акционной активности какой-либо позиции, можно ротировать товар*. Например: ТМ Розумница размещаем на «золотой полке» вместо ТМ Олейна.



Верно!



Меняем местами!

*В рамках нашего товара!

Цели при выкладке товара:

1. Поставить на место продажи акционный товар **МАКСИМАЛЬНО ШИРОКО**;
2. Сделать место продажи с акционным товаром **ЗАМЕТНЕЕ**;
3. Привлечь **ВНИМАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ** к товару;
4. Донести покупателю информацию **О ПРЕИМУЩЕСТВАХ ТОВАРА**;
5. **СПОСОБСТВОВАТЬ и ПОМОГАТЬ** покупателю при покупке товара.



Ваши вопросы...

