



راز چیدمان محصولات در فروشگاه‌ها

امروزه رقابت میان فروشگاه‌های مختلف برای جذب مشتری افزایش یافته است و دیگر قیمت پایین محصولات تنها عامل مؤثر در خرید مشتریان نیست. یکی از عواملی که تأثیر بسیار زیادی در جذب مشتریان به یک فروشگاه دارد، نحوه چیدمان محصولات مختلف در آن فروشگاه است.

درباره چگونگی چیدمان محصولات در یک فروشگاه نکات زیادی مطرح می‌شود که در این مقاله سعی می‌شود به تعدادی از آن‌ها که بیشترین تأثیر را در بالا بردن فروش دارند اشاره شود.

نمای جلویی فروشگاه را آرام‌بخش کنید

استفاده از رنگ‌های آرام‌بخش در نمای جلویی، در ورود مشتری به فروشگاه اهمیت بیشتری دارد.

سعی کنید محصولاتی را در این قسمت فروشگاه قرار دهید که در بسته‌بندی آن‌ها رنگ‌هایی مانند سبز و آبی رنگ غالب هستند. با توجه به شلوغی و ازدحام معابر و خیابان‌ها اگر مشتری احساس کند که در فروشگاه شما می‌تواند چند دقیقه‌ای حس آرامش را تجربه کند، مطمئن باشید سری به شما می‌زند.

حواستان به قسمت انتهایی راهروی فروشگاه باشد

خریداران معمولاً تمام راهروهای یک فروشگاه را بالا و پایین نمی‌کنند. آن‌ها دقیقاً سراغ همان محصولی می‌روند که می‌خواهند. به همین دلیل است که معمولاً استقبال زیادی از بخش‌های انتهایی راهروها به عمل نمی‌آید. کارشناسان چیدمان فروشگاه‌های پیشنهاد می‌کنند که محصولاتی مانند شیر در دورترین نقطه ممکن نسبت به درب فروشگاه گذاشته شود چون خیلی از مشتریان شیر می‌خرند و این کار باعث می‌شود در طول مسیر محصولات زیادی را در فروشگاه ببینند؛ بنابراین مشتریان در مسیر خود به سمت شیر بارها و بارها وسوسه می‌شوند که خرید کنند. همچنین برای غلبه بر این مسئله می‌توانید محصولات تخفیف خورده یا محصولاتی را که به صورت اشانتیون ارائه می‌شوند در قسمت‌های انتهایی فروشگاه قرار دهید تا مشتریان رغبت بیشتری به رفتن این قسمت‌ها داشته باشند.

بخش‌های طلایی فروشگاه را شناسایی کنید

در هر فروشگاه مناطقی وجود دارد که خریداران مجبور هستند از آن‌ها عبور کنند، این قسمت‌ها بهترین مکان برای استندهای نمایش محصولات، تبلیغ محصول جدید و یا فروش سریع محصولات تخفیف‌خورده است. اینجا همان جایی است که مشتریان بدون اینکه قصد خرید محصولی را داشته باشند، با دیدن آن ترغیب به خرید می‌شوند.

محصولات غیر مرتبط را کنار هم قرار ندهید

این روزها در فروشگاه‌ها از شیر مرغ تا جان آدمیزاد پیدا می‌شود. بنابراین قرار دادن یا ندادن برخی از محصولات در کنار هم بیش‌ازپیش اهمیت دارد. تحقیقات نشان می‌دهد که در ذهن مشتریان غذا و پوشاک ربطی به هم ندارند بنابراین اگر این دو بخش در فروشگاه کنار هم قرار بگیرند به احتمال زیاد سهم یکی از آن‌ها یا هر دو آن‌ها در سبد خرید مشتری کاهش می‌یابد. پس توجه داشته باشید که بخش پوشاک دقیقاً کنار بخش مواد غذایی قرار نداشته باشد. در صنف عطاری هم شما می‌توانید محصولات بی‌ربط را شناسایی کنید و این اصل را رعایت فرمایید.

به طراحی کف و قفسه‌های فروشگاه توجه کنید

به یاد داشته باشید که محیط اطراف محصولات لوکس باید با محیط اطراف محصولات مصرفی روزانه متفاوت باشد. خرده‌فروش‌های بزرگ و شناخته‌شده در دنیا اجناس گران‌قیمت و عجیب‌وغریب را معمولاً با رنگ و طراحی متفاوتی در معرض دید مشتریان قرار می‌دهند. طراحی متفاوت محصولات لوکس این حس را به مشتریان القا می‌کند که در حال خریدن یک محصول خاص و منحصر به فرد است.

سطح نگاه خریدار را در نظر بگیرید

تناسب ارتفاع محصولات در فروشگاه با سطح نگاه مشتریان یک روش عالی برای فروش محصولات به شمار می‌رود اگر محصول متناسب با سطح نگاه خریداران در قفسه قرار گرفته باشد، میزان فروش آن به‌طور چشمگیری افزایش خواهد یافت. بنابراین محصولاتی را که هدف آن‌ها کودکان هستند، در قفسه‌های پایینی بگذارید تا در معرض دید کودکان باشند و آن‌ها از والدین خود بخواهند که آن محصول را در سبد خریدشان قرار دهند. بهتر است محصولاتی را که برایتان سود بیشتری دارند در قفسه‌های میانی قرار دهید چون در این صورت این محصولات بیشتر در معرض دید مشتریان بوده و خریداری می‌شوند.

روی کشوی دخلتان محصولاتی را برای فروش بگذارید

فروشگاه داران با توجه به شرایط آب و هوایی می‌دانند که چه محصولی مشتری را جذب می‌کند. مثلاً شما می‌توانید در فصل‌های سرد کنار دخل فروشنده محصولات مرتبط با سرما خوردگی و بیماری‌های رایج فصل سرما را برای فروش قرار دهید. در روزهای آفتابی می‌توان در همین بخش کرم‌های ضد آفتاب گیاهی را برای فروش گذاشت. همچنین زمانی که مشتری در صف پرداخت منتظر ایستاده است، می‌توان با انواع مختلف مجله و کاتالوگ‌های تبلیغاتی که حمل کردن آن‌ها آسان است توجه او را جلب کرد.

محصولات مشابه را کنار هم قرار دهید

فروشگاه داران برخی از محصولات را عمداً در کنار محصولات دیگر قرار می‌دهند. مثلاً شما معمولاً چیپس و نوشابه را کنار هم می‌بینید، زیرا خرید یکی از این محصولات، احتمال خرید محصول دیگر را نیز افزایش می‌دهد.

برای زیر نظر گرفتن رفتار مشتریان از دوربین‌های امنیتی استفاده کنید

تحقیقات درباره نحوه چینش محصولات در فروشگاه‌ها از لحاظ تکنولوژی پیشرفت کرده است. دوربین‌های امنیتی قادر هستند داده‌های رفتاری موردنظر فروشگاه دار را تهیه و به کامپیوتر منتقل کنند. با توجه به اینکه این دوربین‌ها رفتارهای ضداجتماعی مانند دزدگیری را هم ضبط می‌کنند، فروشگاه داران بسیاری خواهان خرید آن‌ها هستند. می‌توانید با استفاده از این وسیله رفتار مشتری را تحت نظر بگیرید و با تغییر چینش محصولات میزان فروشتان را افزایش دهید.

منبع: ماهنامه بازاریاب بازاریاب شماره دوم صفحه ۱۸ (با اندکی تغییر در مثال‌ها)

www.PalizanGroup.com