

Основы мерчандайзинга в сети аптек:



Автор:

Калинин Роман
Евгеньевич

Мерчандайзинг – комплекс мероприятий по наиболее эффективному размещению товаров и информационных материалов в аптеке с целью скорейшей реализации товаров и стимулирования покупателя в решении о покупке.



Мерчандайзинг помогает аптеке:

Увеличить объем продаж и прибыль;

Увеличить показатели оборачиваемости товара;

Увеличить рентабельность торговых площадей;

Завоевание новых покупателей;

Предоставить полную информацию о товаре;

Улучшить качество обслуживания покупателей;

Формировать положительный имидж аптеки.

Цели мерчандайзинга



Атмосфера аптеки

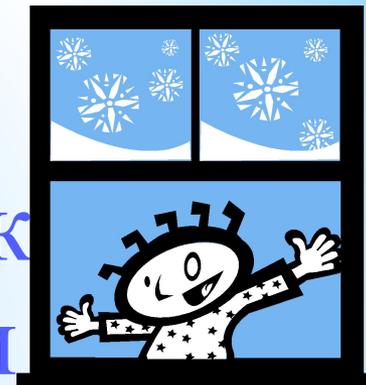


“Атмосфера” - это психологическое ощущение, возникающее у потребителя при посещении аптеки (данное ощущение определяет “характер” аптеки).

Желательно, чтобы аптека вызывала ассоциации с жизнью, светом, здоровьем, бодростью

Температура воздуха

Приятно находиться в прохладной аптеке, когда за окном 30-градусная жара! И как не хочется уходить из тёплого и уютного аптечного зала в бушующую вьюгой суровую зимнюю непогоду!



Освещение

Освещение – очень важный компонент атмосферы аптеки.

При ярком освещении товар кажется более привлекательным.

С помощью правильно подобранного света можно «ХОЛОДНУЮ» витрину превратить в «ГОРЯЧУЮ».



Цвета и цветовые сочетания

Аптека – не место для использования агрессивных и тёмных оттенков (красного, жёлтого, фиолетового, малинового).

Тёплые тона возбуждают людей, у них может участиться дыхание или повыситься давление.



Холодные тона

(оттенки синего, голубого или зелёного)

Наоборот успокаивают людей. Это связано с тем, что люди ассоциируют белый - с чистотой, синий - с морем, зелёный - с лесом.

Снизить активность с помощью холодных тонов можно в местах с большим скоплением народа, например в кассовой зоне.

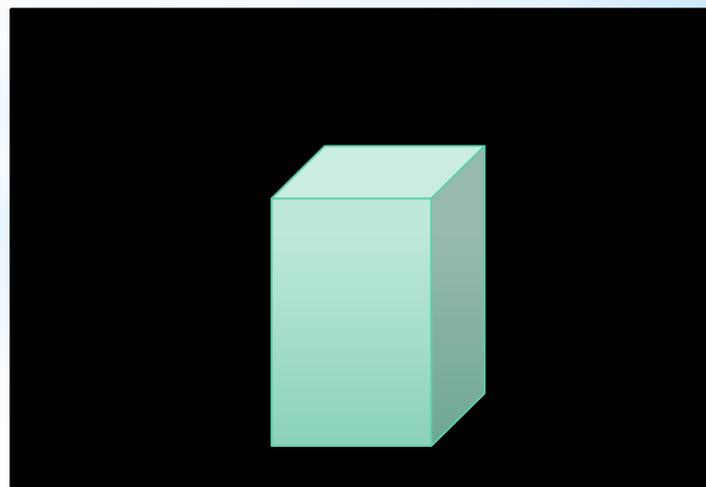
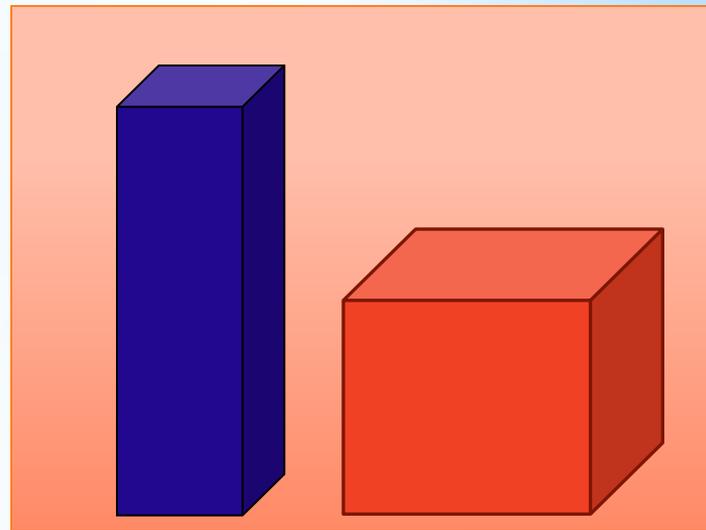
Недопустимо использовать чёрный, коричневый цвет, которые навевают грустные мысли.



Значение фона

Тёмные предметы лучше смотрятся на светлом фоне, а светлые – на тёмном. Обычно принято его делать неярким, нейтральным, чтобы привлечь внимание к товару.

Для этого используют бежевый, белый, серый, песочный, оттенки зелёного и голубого.



Музыка



Музыка - нечастый гость в аптеках.

Часто срабатывают старые стереотипы - «Аптека - для больных людей, и не надо устраивать в ней балаган».

Музыка в аптеке должна быть:

Негромкой

Медленной (60 тактов в минуту), ненавязчивой, неагрессивной.

Не вызывающей агрессивные эмоции у покупателей

Не отвлекающей от покупок

Не рекомендуется использовать радио

Соответствующей праздничным дням

Декоративные элементы



Использование декоративных элементов придаёт аптеке особое очарование.

Таковыми элементами могут быть картины спокойных тонов с изображениями пейзажей, зеркала, увеличивающие объём помещения, часы, растения в красивых горшках, интересные светильники, ракушки.

Примеры выкладки

