

na mestu prodaje – merčendajzing

EFEKTNA PREZENTACIJA DOPRINOSI POVEĆANJU POTROŠAČKIH APETITA

Merčendajzing trikovi

U trgovinama su osnovna ciljna grupa neopredeljeni potrošači, a merčendajzeri su tu da usmere ruku ka konkretnom rafu

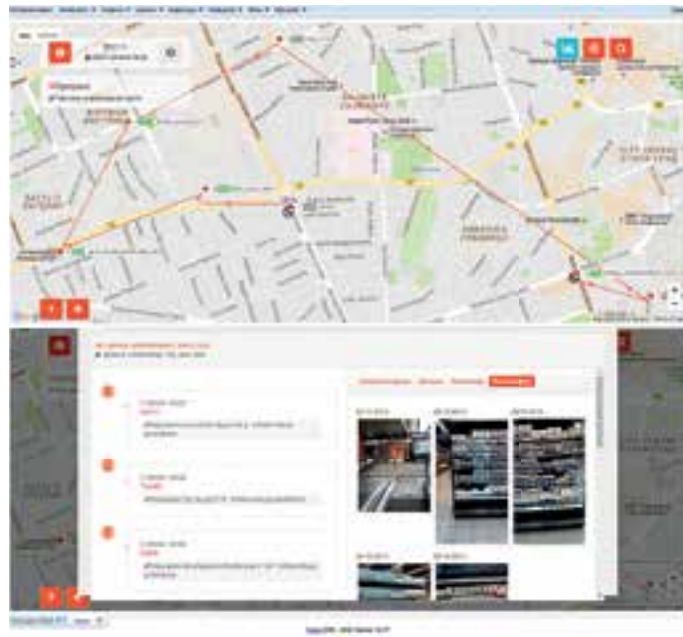
Autor: Mina Andrić, KA Manager za Beiersdorf, MVM Group

Uspes merčendajzing kompanije zasniva se na opipavanju pulsa tržišta i razvijanju u korak sa potrebama modernog kupca.

Prezasićeno tržište rezultira neprekidnom borbom brendova u trgovinama na malo. Izlaganje koje stimuliše konzumerizam pretvorilo se u osnovnu alatku za povećanje prodaje. Efektna prezentacija doprinosi povećanju potrošačkih apetita, jer, kako je govorio Zig Ziglar: *Ljudi ne kupuju iz logičnih razloga. Oni*

kupuju vođeni emocionalnim smernicama.

Reklama bez kvalitetnog pozicioniranja je kao da u bučnoj prostoriji brbljate sebi u bradu. Oko vas je hiljadu glasova koji pokušavaju da dođu do iste pažnje kao i vi. Znaete kome se obraćate, i sigurni ste u ono što prezentujete, ali nema nikoga da vas čuje. Upravo zato, obezbeđivanje većih, boljih i upadljivijih pozicija rezultira stalnim podsećanjem kupaca zašto su tu i sa kojim razlogom su došli. U trgovinama su osnovna ciljna grupa neopredeljeni potrošači, a merčendajzeri su tu da usmere ruku ka konkretnom rafu.



Upadljivo i vešto dizajnirana ambalaža nije dovoljna da privuče pogled ako se artikala nalazi u nekom prašnjavom uglu, zauvčen toliko da i radnici odeljenja zaborave na njega. Kvalitetne i pune pozicije, akcentovanje sezonskih artikala,

veća zastupljenost na policama, pravilno postavljanje brendinga i ispravno cenovno obeležavanje samo su neke od alatki merčendajzing kompanija bez kojih ne bi bilo ni povećanja prometa. Merčendajzeri preuzimaju ključnu ulogu medija

0 kompaniji:

MVM Group je merčendajzing kompanija koja je 2014. godine zabeležila deceniju razvoja od osnivanja kao agencija za uslužni merčendajzing. Danas je osnovna delatnost kompanije pružanje merčendajzing usluga. Još 2004. započeli su poslovanje u maloprodajnim objektima. Vremenom su proširili delatnost na merčendajzing u finansijskim ustanovama i institucijama, kao i u medicini. U sklopu svojih aktivnosti nudi kompletnu logistiku POS/brending materijala, u šta spada skladištenje, distribucija, montaža kao i servisiranje POS/brending materijala. Takođe, nudi i sledeće usluge: mystery shopping, brendiranje i ispitivanje tržišta, kao i produkciju promo materijala i organizaciju promotivnih aktivnosti. Pokriva kompletnu teritoriju Srbije, a polako domen poslovanja širi i na region. MVM Group je prisutna u punom kapacitetu i u BiH, Makedoniji i Crnoj Gori, tako da distributeri mogu da kontrolišu ceo region preko jedne outsource kompanije. office@mvmgroup.rs/www.mvmgroup.rs

MVM GROUP ★★★★★



između klijenata i Key Account kupaca, i njihov rad na terenu usmeren je ka efektivnoj komunikaciji prema potrošačima.

Uspeh merčendajzing kompanije zasniva se na opipavanju pulsa tržišta i razvijanju u korak sa potrebama modernog kupca. Stalne promene su neminovne, te tako i te kompanije svakodnevno uvode novine u softverskom izveštavanju, pozicioniranju i logistici. Uvek imjući u vidu ciljnu grupu svakog klijenta, kreira se konkretan "paket" usluga, uz sve specifičnosti u poslovanju i njihove različite potrebe. S obzirom na to da razvoj podrazumeva i veći broj merčendajzera na terenu, merčendajzing kompanije obično neprekidno rastu.

Zahvaljujući stalnom unapređenju softvera i investiranju u ljude koji se obučavaju da budu najbolji, gradi se kvali-

tetan kanal prenosa informacija. Izveštaji koji daju jasnu sliku situacije iz svakog objekta omogućavaju brzu reakciju i tačnu analitiku. Iako je usluga merčendajzinga autorsovana, stvaranjem veze između merčendajzera, komercijale i marketinga, svaka poruka koja je plasirana kupcu putem različitih medija, postavljena je i direktno i uživo ispred njega, a sa druge strane kompanije dobijaju preciznu i brzu informaciju o prisutnosti, zastupljenosti i prometu njihovih proizvoda.

Autorsovati, i prepustiti važan deo predstavljanja artikla kupcima, obučenom i uigranom timu, znači pune pozicije i svakodnevne informacije. Spoj terenskog rada i novih tehnologija već je rezultirao bržim protokom informacija i kvalitetnom dvostranom komunikacijom, a savremeni potrošač doveden je pred jednostavnu odluku. ■

