

Modul: M2 – Tehnici comerciale
Clasa: XI C prof.
Prof: Narcisa Ciocan

Forme de prezentare a mărfurilor în sala de vânzare
Fișă de documentare

1. Prezentarea orizontală a mărfurilor constă în a atribuirea unei grupe de produse un nivel întreg (o poliță) de expunere a mobilierului.

Ex: grupa reprezentată de lapte și produse lactate este expusă pe un nivel întreg al unei vitrine frigorifice

ARTICOL 1	ARTICOL 2	ARTICOL 3	ARTICOL 4	ARTICOL 5

Avantaje:

- evită dispersarea atenției clienților între diferite nivele ale gondolei;
- se poate folosi valoarea de prezentare a diferitelor nivele, localizând la nivelul ochilor și mâinilor produsele cele mai rentabile, iar la nivelele inferioare produsele de apel (cerere curentă), cu prețuri scăzute pe care clienții le caută și pentru care vor face efortul de a se apleca (în prezentarea orizontală produsele care se găsesc la nivelul solului sunt defavorizate, de aceea se recomandă să fie schimbată adesea dispunerea produselor)
- facilitează observarea tuturor produselor, mișcarea capului fiind în mod natural de la dreapta la stânga și invers, de sus în jos;
- se poate realiza plasarea articolelor în ordinea crescătoare a prețurilor de vânzare în raport cu sensul circulației clienților;
- clienții iau cunoștință dintr-o singură privire de întreaga familie de produse și pot să efectueze fără dificultate comparații între mărci, în funcție de prețuri.

2. Prezentarea verticală constă în dispunerea unei familii de articole sau a unui singur produs pe toate nivelurile gondolei.

ARTICOL 1			
ARTICOL 2			
ARTICOL 3			
ARTICOL 4			

Avantaje:

- frânează deplasarea clienților, întrucât aceștia sunt obligați să parcurgă cu ochii toată înălțimea mobilierului de expunere;
- sunt reperate produse a căror cumpărătură nu era prevăzută, favorizându-se astfel, cumpărăturile de impuls;
- permite prezentarea produselor din aceeași familie ținând seama de gradul lor de rentabilitate; de exemplu, se amplasează la nivelul ochilor articolele cu o vânzare relativ lentă, în timp ce pe polițele inferioare se vor plasa produsele de apel care sunt căutate în mod direct de către clienți;
- dă impresia de ordine și de luminozitate;
- fiecare familie de produse este în mod clar delimitată de celelalte
- se elimină monotonia în expunerea mărfurilor prin trecerea de la un nivel la altul al mobilierului;
- permite o mai mare rapiditate în perceperea articolelor în linear.

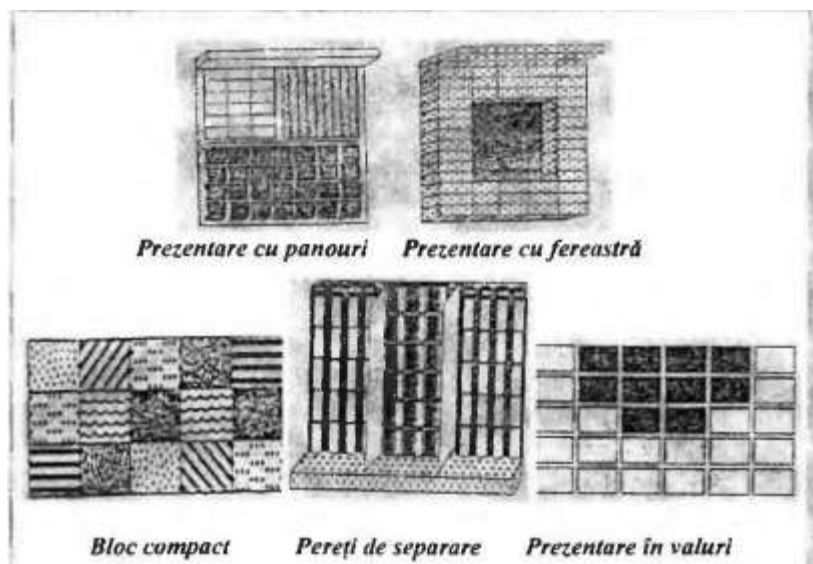
3. Prezentarea mixtă este o combinație între prezentarea verticală și orizontală având drept scop ameliorarea rentabilității nivelelor extreme ale gundolelor.

4. Prezentarea în fereastră constă în înconjurarea unui produs nou pentru care se urmărește stimularea vânzărilor de către un altul, bine cunoscut clienților, încercându-se să se creeze o suprafață de atracție vizuală globală

5. Prezentarea în panou constă în segmentarea suprafeței de prezentare prin diferențierea volumelor și formatelor. Articolele mici, plasate pe suporturi obligă clienții să se apropie de gondolă și astfel manifestă o mai mare putere de atracție la nivelele joase.

6. Prezentarea concavă constă în dispunerea produselor sub formă de arc de cerc.

7. Prezentarea sub formă de bloc compact se folosește de regulă pentru expunerea mărfurilor textile formându-se astfel spații bine delimitate prin culori, modele, texturi.



8. Prezentarea în vrac constă în expunerea mărfurilor în cantități mari în stare neambalată. Această formă se practică pentru produse comune și se aseamănă cu expunerea în piețele tradiționale. Mărfurile se expun de regulă la nivelul solului ceea ce dă impresia de produse naturale și de prețuri

scăzute. Clienții au la dispoziție toate mijloacele pentru a cântări și ambala cantitatea dorită pentru a fi cumpărată. Această prezentare poate fi ocazională, pentru a pune în valoare o promoție sau permanentă pentru anumite tipuri de produse. Avantajul pentru comerciant este acela că se elimină o serie de cheltuieli de prezentare și ambalare.