



MERCHANDISING

Target: agenti de vanzari indiferent de experienta, supervisorii de vanzari

Ziua 1

- Definitia merchandisingului
- Reguli si principii de baza in merchandising
 - o Prezentarea produselor in raft
 - o Pozitionarea produselor la raft
 - o FIFO
- Pozitionarea produselor in bloc versus pozitionarea pe categorii de produse
 - o Comert international versus comert traditional
 - o Importanta planogramelor si a standardelor de merchandising
 - o Principii de baza in constructia unui standard de merchandising
- Mercantizarea produselor de impuls versus produselor cumparate prin decizie de cumparare
 - o Impuls versus decizie
 - o Flux de consumatori. „Triunghiul de aur”
 - o „Raftul de aur”
- Tipuri de POSM. Notiuni de utilizare si pozitionare in magazine. Branding in magazin.
- Plasari secundare.
- Role play: aranjarea unui spatiu respectand regulile si principiile de mercantizare

Ziua 2

- Optimizarea sortimentatiei in functie de spatiul la raft
- Pret recomandat de vanzare. Strategii de pret pe canal
- Implementarea promotiilor in magazin. Vanzarea promotiilor. Tipuri de promotii si punerea lor in evidenta in rafturile magazinelor
- Evitarea situatiilor de out of stock. Managementul stocurilor la raft.
- Spatiu la raft versus rotatie. Conceptul de „profit story”
- Role play: cresterea spatiului la raft folosind argumente de mercantizare