

Без намеса на мърчандайзер

Решения за самозареждане на напитки осигуряват присъствие на продукта на предна позиция

Доброслава Мирчева,
„Ейч Ел Дисплей“

Започва сезонът на високата консумация на течности. От Асоциацията на производителите на безалкохолни напитки (АПБНБ) прогнозира, че потреблението на безалкохолни в България ще продължава да нараства, макар и не с темпа на развитие отпреди няколко години. По данни на организацията 2009 г. ще донесе макар и малък ръст в продажбите в размер на 2% на годишна база (при 18% за 2007 г. и 11% за 2008 г.)

Повишеното търсене на безалкохолни напитки изисква адекватно представяне и акцентирание върху категорията в магазините за продажба на дребно. Най-важните фактори за добри продажби са:

- » атрактивно представяне на продуктова категория
- » наличност на асортимента - в интерес на производителя и търговеца
- » ясно представяне, което осигурява информиран избор
- » намаляване на труда по поддръжка на рафта.

Охладената зона за безалкохолни напитки и бира предполага импулсивност на покуп-

ката. По-високи нива на този тип непланирани покупки могат да бъдат постигнати, като постоянно се поддържа планограма без липси или миксиране, с ясна кореспонденция между продукт и цена и свободен достъп до рафта в пиковите часове. Така не е необходимо и постоянно присъствие на мърчандайзера, който да зарежда рафта.

Въпреки че тези изисквания звучат твърде пожелателно и дори непостижимо, за тях има решение, което без особени усилия или разходи може да ги направи реалност. В разнообразието от мърчандайзинг предложения, предлагани от „Ейч Ел Дисплей“, присъства система, която е специално създадена за напитки в кенчета, бутилки бира или безалкохолно.

Прозрачните диспенсъри със заоблен фронт, който следва извивката на бутилката, са подходящи както за рафтове под 90°, така и за такива, поставени под ъгъл. При рафта под ъгъл гравитацията и материалът на диспенсъра позволяват бутилките да се самозареждат, като осигуряват присъствието на продукта на предна пози-

ция без намесата на мърчандайзера. Ясно-то организиране на рафта от здраво закрепените сегменти не позволява смесване на продуктите, а точното местоположение на артикула кореспондира директно с цената. Липсата на продукт на рафта няма да бъде компенсирана с миксиране и загуба на планограмата, а ще бъде лесно идентифицирана и запълнена. При рафтовете под прав ъгъл ефектът на автоматично зареждане се постига с избутвач (пушър), който осигурява плътна предна линия на категорията.

Друго решение в областта на мърчандайзинга на напитки е най-новата система, представена от „Ейч Ел Дисплей“ АД на изложението Euroshop в Дюселдорф - Roller Track™. Заедно с прозрачните диспенсъри и високите разделители тези решения покриват почти всички видове рафтове, дълбочини, опаковки и бутилки в безалкохолната секция.

Системата Roller Track™ представлява готова мърчандайзингова плоскост, която може да бъде поставена директно върху ра-



„ПРИДВИЖВАТ“ ВАШИТЕ ПРОДАЖБИ

Optishop^{HL}
Making the most out of your selling space

HL DISPLAY BULGARIA • 02-421 08 36 • INFO@HL-DISPLAY.COM • WWW.HL-DISPLAY.COM

- Изярен вид на рафта
- Икономия на труд
- Увеличение на продажбите

фта или самата тя да бъде използвана като рафт. Въртящите се сегменти в основата позволяват на продуктите да се придвижват самостоятелно и лесно към прозрачния преден борд, без да изискват намесата на служител. Стабилната конструкция осигурява мърчандајзинг и самозареждане при рафтове с голяма дълбочина, където достъпът на клиента и персонала на магазина е труден.

Roller Track™ е удобно решение за мърчандајзинг на сокове и напитки в тетрапак опаковки. Присъствието му в магазина допринася за увеличаване на продажбите. Освен това минимизира времето за обслужване, като пренасочва персонала към други важни дейности.

Според изследване на AC Nielsen използването на системата в Норвегия е довело до увеличаване на продажбите с 6-8% през единадесетмесечния тестов период, като в пиковите часове това увеличение е било до 20 на сто. Значително е намаляла работата по зареждането и поддръжката на рафтовете, а продуктовата презентация е била значително по-добра

Сезонът на студената бира, безалкохолни напитки и сокове отдавна вече започна. Време е да осигурим една приятна и лесна за обслужване среда в магазина, която ще говеде нови и ще задържи лоялните ни клиенти.

В статията "Как желанията на клиента да станат реални покупки", "Регал", бр. 2, са допуснати грешки. Не е пояснено, че авторът Росица Захова е мениджър ключови клиенти в "Ейч Ел Дисплей България" ЕООД. И името на компанията е написано без първоначалните инициали Ейч Ел. Редакцията се извинява за допуснатите неточности.

Вендинг индустрията под един покрив

Вендинг индустрията (автомати за продажба) показва устойчиво развитие и предлага огромни възможности за растеж, каза Петер Гроутес, вицепрезидент на Food Koelnmesse GmbH. Днес вендингът означава много повече от автомати, които предлагат на клиентите нещо за хапване и напитки, смята той. Услугата вече включва и нехранителни стоки, както и различни практични решения, които улесняват всекидневието – от билети за паркиране до стоки от първа необходимост.

Според регистъра на Германския национален вендинг съюз (BVD) новите автомати за продажба на храни и напитки, пуснати на пазара в страната през миналата година, са 38 307 броя,

а общият брой в експлоатация е 512 800.

Тази статистика определя Германия като логичното място, където успешно се провежда международният панаир за вендинг автомати Eu'Vend. За четвърти път изложението ще отвори врати от 10 до 12 септември в Кьолн, Германия.

На предишното издание преди две години са регистрирани 5100 посетители от 64 страни, което е 25% ръст в сравнение с 2005 г. С 12 на сто повече са били и изложителите на Eu'Vend 2007 – 227 фирми от 17 страни. По думите на Гроутес почти всички международно активни производители са се представили в Кьолн през 2007 г. „Убедени сме, че ще го направят и този път“, заяви той.

Нови инструменти за управление на бизнеса

„ERP по време на криза? Възможно е!“ – това бе мотото на семинара, организиран в средата на май във Варна от VBS* и „SAP България“. Темата „SAP инструменти за управление на бизнеса“ бе развита с презентации на новите и интересни подходи за внедряване на ERP системи за управление на бизнеса в търговията на едро и дребно, дистрибуционните и логистичните центрове, производствените предприятия.

За кого, кога, какво, как и колко? На тези въпроси отговориха от VBS, като представиха възможностите за реализиране на софтуерно решение за по-малките и средните търговски вериги. Интересен акцент в презентацията бе новата за България SAP HR Payroll систе-

ма. Тя обхваща целия процес от наемането до прекратяването на трудовоправните отношения и изчисляването на възнагражденията на служителите. Обсъждани бяха също теми, свързани с решения в областта на POS и CRM технологиите, с изискванията и предизвикателствата към retail индустрията, с Business intelligence системите и др.

В конференцията участваха представители на търговски вериги, финансови директори и анализатори и др.

* „Варна бизнес сървисиз“ ЕООД (VBS) е дружество от групата на „Петрол холдинг“ АД. VBS е SAP Channel Partner и предоставя услуги в областта на SAP консултациите и бизнес обученията.

Баркод