

ПИТАННЯ ДЛЯ ЗАЛІКУ З ДИСЦИПЛІНИ

«МЕРЧЕНДАЙЗИНГ»

1. Поняття мерчендайзингу та його принципи.
2. Інструменти мерчендайзингу.
3. Задачі мерчендайзингу товаровиробника і роздрібних продавців.
4. Фасад магазину і прилегла територія.
5. Загальний зовнішній вигляд торгового залу.
6. Викладка і представлення одиниці товару в торговому залі.
7. Робота персоналу в фірмовому магазині.
8. Способи спрямування уваги на товар.
9. Особливості викладки дрібних і габаритних товарів.
10. Зовнішній вигляд продавця. Жести, міміка.
11. Варіанти спілкування продавця з покупцем.
12. Інструменти боротьби за покупця в місцях торгівлі.
13. Роль кольору і освітлення в виборі покупця.
14. Вплив кольору та асоціацій на вибір покупця.
15. РОС-матеріали і можливості їх використання.
16. Вимоги до торгових представників.
17. Методи роботи торгового представника з клієнтом.
18. Сім правил мерчендайзинга.
19. Формування товарного запасу.
20. Особливості планування торгових приміщень.
21. 'Перехресний' мерчендайзинг.
22. Золотий трикутник' в супермаркетах.
23. Трьохрівнева концепція мерчендайзинга.
24. Визначення мерчендайзингу.
25. Головна мета мерчендайзингу.
26. Можливості і обмеження мерчендайзингу.
27. Типові помилки в мерчендайзингу.
28. Загальні закономірності здійснення покупок: площа ареалу магазину, час покупки, імпульсивність покупки.
29. Переобладнання магазину.
30. Психологічні аспекти поведінки покупця.
31. Мерчендайзинг в системі технологій маркетингу і менеджменту.
32. Принципи мерчендайзингу.
33. Інструменти мерчендайзингу.
34. Задачі мерчендайзингу товаровиробника і роздрібних продавців.
35. Трьохрівнева концепція мерчендайзингу.
36. Стандарт мерчендайзингу: загальні положення, типова схема планування торгового залу, планограми викладки товарів, карта викладки товару для фірмової секції.
37. Контроль за відповідністю стандартам мерчендайзингу.
38. Основні елементи технології мерчендайзингу.
39. Категорійний менеджмент виробника і роздрібної торгівлі.

40. Асортимент і цінова політика.
41. Роль логістики в забезпеченні конкурентоспроможності торгової компанії.
42. Параметри, які визначають формат торгівлі.
43. Перший рівень трьохрівневої концепції мерчендайзингу.
44. Зовнішній вигляд магазину і територія навкруг нього.
45. Сприйняття магазину цільовою групою покупців.
46. Назва, рекламний слоган і вивіска.
47. Кольорові рішення для оформлення магазину.
48. Вхідна зона і вітрини магазину. Територія навкруг магазину. Паркування.
49. Другий рівень трьохрівневої концепції мерчендайзингу.
50. Планування торгового залу.
51. Коефіцієнт ефективності використання загальної площі магазину.
52. Оптимальне співвідношення торгової і неторгової площі магазину.
53. Виділення основних зон в торговому залі: вхідна зона, касова зона, площа, зайнята торговим обладнанням, магістраль для основного потоку покупців.
54. Розміщення торгового обладнання.
55. Коефіцієнт установочної площі.
56. Приоритетні зони в магазині.
57. Особливості освітлення продовольчих і непродовольчих товарів.
58. Система навігації в магазині.
59. Інструменти боротьби за покупця в місцях торгівлі.
60. Фактори, які впливають на вибір покупця: а) колір і освітлення б) асоціації і колір в) форма і рух.
61. Аромамаркетинг. Напрями аромамаркетингу. Обладнання для аромамаркетингу. Як правильно використовувати музику. Золоте правило музики в роздрібній торгівлі.
62. POS – матеріали, їх характеристика, варіанти і можливості їх використання.
63. Викладка товару в торговому залі.
64. Загальні правила викладки. Рівень очей і витягнутої руки. Приоритетні місця на полицях.
65. Розрахунок площі викладки товару в залежності від його долі в товарообороті.
66. Викладка по товарним групам.
67. Вертикальна викладка. Горизонтальна викладка. Дисплейна викладка. Палетна викладка. Оформлення цінників.
68. Організація роботи мерчендайзера.
69. Категоризація торгових точок. Визначення штату мерчендайзерів.
70. Маршрутизація як планування робочого часу мерчендайзера.
71. Контроль за роботою мерчендайзерів.
72. Посадова інструкція мерчендайзера.
73. Особливості роботи торгового представника і менеджера по продажам.
74. Вимоги до торгових представників.
75. Пам'ятка мерчендайзеру.