

Содержание

От авторов	7
Что скрывается за словом «мерчандайзинг»	9
Мерчандайзинг и ассортиментная политика магазина	11
Мерчандайзинг и клиентоориентированный подход в рознице	16
Основа правил мерчандайзинга — поведение покупателей в магазине	22
Психология восприятия	22
Законы зрительного восприятия цвета	44
Особенности восприятия освещения	47
Аромамаркетинг	53
Музыка в торговом зале	56
Общие наблюдения за покупателями магазина	58
Покупатель и магазин: желаемое и действительное	75
Три уровня мерчандайзинга	91
Уровень 1. Внешний вид магазина	91
Уровень 2. Планировка и зонирование торгового зала	112
Принципы «правильной» планировки	112

Типы планировки торгового зала	115
Коэффициент установочной площади	121
Зоны торгового зала	123
Размещение товаров в торговом зале	136
Уровень 3. Выкладка товаров	152
Общие правила выкладки	155
Виды выкладки	164
Рекламно-информационная поддержка	183
Анализ эффективности системы мерчандайзинга	195
Организация системы мерчандайзинга в магазине	204