

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/referat/346069>

Тип работы: Реферат

Предмет: Маркетинг

Оглавление

Введение 3

1 Мерчандайзинг: сущность, виды, цели, задачи 4

2 Методы продажи товаров на основе технологий мерчандайзинга 10

3 Мерчандайзинг в торговле: эффективные инструменты реализации 12

Заключение 15

Список используемой литературы 16

Введение

К одному из инструментов маркетинга можно отнести мерчандайзинг – направление маркетинга, определяющее методику продажи товара в магазине; вид деятельности по продвижению товаров и торговых марок на региональном рынке, используемый крупными предприятиями розничной торговли (супермаркетами, гипермаркетами). Причиной его возникновения послужила нехватка квалифицированных продавцов, но, грамотно используя этот инструмент маркетинга, компания может добиться хорошей прибыли даже без их помощи.

На пути к приобретению продукта покупатель проходит несколько стадий, которые устанавливают его окончательный выбор. Почти на каждом из них на покупателя можно оказать воздействие с целью привлечения его в круг личных покупателей, обладая необходимой информацией о неустойчивых формулировках принятия решения.

Правильная выкладка может помочь покупателям найти и приобрести продукт. Внимательный штат сотрудников делает процесс приобретения продукта благоприятным. Совокупность всех указанных условий может помочь удержать покупателя и сделать его клиентом. Как правило, удержать постоянного покупателя экономичнее, нежели заинтересовать нового .

Целью данной работы является рассмотрение мерчандайзинга как инструмента маркетинга в точке продаж.

1 Мерчандайзинг: сущность, виды, цели, задачи

В наиболее широком смысле и простой трактовке, мерчандайзингом называется рекламная деятельность, которая проводится магазином для увеличения продаж. Согласно определению, данному Французской академией коммерческих наук (фр. Académie française des sciences commerciales) «мерчандайзинг – это часть маркетинга, которая охватывает коммерческие методы, позволяющие представить товар или услугу потенциальному конечному покупателю в наилучших материальных и психологических условиях.

Мерчандайзинг стремится заменить демонстрацию товара или услуги активной презентацией, обращаясь ко всему, что остается для повышения его привлекательности: позиционирование, фракционирование, упаковка и презентация, выкладка, установка, ...»

На сегодняшний день не существует однозначной трактовки понятия «мерчандайзинг», и можно сказать, что по количеству насчитываемых определений данный термин приближается к многоаспектному термину «качество».

Мерчандайзинг является значительным инструментом маркетинга, позволяющим стимулировать желание конечного потребителя выбрать и купить продаваемый товар. С помощью мерчандайзинга крупные производители/бренды повышают рост продаж и лояльность покупателя.

Прежде чем говорить о мерчандайзинге, вспомним еще раз, что это инструмент маркетинга. Маркетинг – это комплексная система действий, обеспечивающая удовлетворенность потребителей, с целью получения определенных видов организации.

Мерчандайзинг в системе маркетинга принято рассматривать как комплекс мероприятий, производимых в торговом зале или в розничной торговой точке, направленных на продвижение того или иного товара, результатом которого является стимулирование желания потребителя выбрать и купить продвигаемый товар.

Цели мерчандайзинга:

- стимулировать сбыт в магазине;
- сформировать конкурентоспособное превосходство торгового центра и отдельных марок;
- создать склонность к магазину; повысить количество лояльных покупателей и найти новых;
- улучшить рекламно-коммуникационную политику предприятия;
- улучшить торгово-технологические процессы в магазине;
- воздействовать на поведение покупателей.

Задачи мерчандайзинга:

- оповещение потребителя о месте нахождения выкладки товара;
- обеспечение полной информации о сути товара и цене;
- вовлечение наибольшего интереса к конкретному месту выкладки товара;
- влияние на потребителя с целью убеждения его сделать покупку немедленно;
- устранение наступления товара-конкурента способами брендинга;

Список используемой литературы

- 1) Алексина С. Б., Мерчандайзинг: Учебное пособие. — Москва : Издательский Дом "ФОРУМ", 2021. — 152 с.
- 2) Голубева Я. И., Смирнова П. А. Обзорная статья: мерчандайзинг//АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ. сборник статей XXII Международной научно-практической конференции. Пенза, 2022. С. 119-123
- 3) Калькова Н. Н., Мерчандайзинговые подходы и теория ограничений в управлении ассортиментом торгового предприятия // Риск: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. — 2020. — № 1. — С. 30-33
- 4) Канина Н. П., Изменение покупательского поведения в современном мире // Маркетинг в России и за рубежом. — 2021. — № 4. — С. 64-68.
- 5) Кетова Н. П., Возможности учета запросов потребителей концепции маркетинга 4.0: ключевые тенденции, механизмы воздействия, показатели эффективности // Маркетинг в России и за рубежом. — 2021. — № 4. — С. 3-10.
- 6) Курганова Н. Ю., Управление торгово-развлекательными комплексами // Проблемы теории и практики управления. — 2021. — № 6. — С. 154-168.
- 7) Сарыгина Д.Ф., Щербакова Е. Г. Мерчандайзинг как способ привлечения внимания покупателей//МАТЕРИАЛЫ XXI НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ, АСПИРАНТОВ И СТУДЕНТОВ НАЦИОНАЛЬНОГО ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО МОРДОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА ИМ. Н.П. ОГАРЁВА. В 3-х частях. Том Часть 3. Составитель А.В. Столяров. Ответственный за выпуск П.В. Сенин. 2017. С. 555-560
- 8) Хромых В. В. Мерчандайзинг как инструмент маркетинга на примере компании «NESTLE»// ТВОРЧЕСТВО МОЛОДЫХ: ИСКУССТВО, ДИЗАЙН, МЕДИАТЕХНОЛОГИИ. Сборник научных статей XIX Всероссийской научно-практической конференции. Омск, 2020. С. 117-122

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/referat/346069>