



Prymat[®]

Nowość marki Prymat:
słoiczki z przyprawami

Marka Kuchcik została
przejęta przez firmę Prymat

Prymat inwestuje
w swoich pracowników

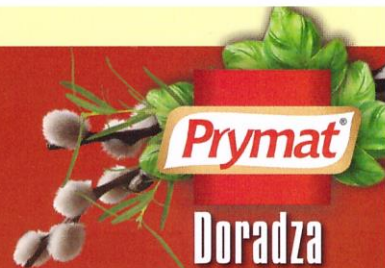
Doradca Smaku

Kwartalnik – magazyn dla partnerów handlowych

NR 4

I KWARTAŁ 2005

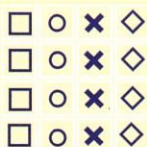
JAK OPTYMALIZOWAĆ ASORTYMENT? PROJEKTOWANIE PLANOGRAMÓW



CZYM JEST PLANOGRAM PÓŁKI?

W organizacji waszego sklepu może być to pojęcie nowe, ale z pewnością nie trudne do zrozumienia. Najprościej można zdefiniować, że planogram to pisemny projekt ustawienia pojedynczych towarów na półce lub regale, obejmujący szczegółowy układ linii towarowych oraz bloków asortymentowych (o tym później). Zatem planogramy związane są bezpośrednio z merchandisingiem, czyli z odpowiednim ułożeniem i wyeksponowaniem towarów na sklepowej półce. Aby to Państwu zobrazować przedstawię poniżej dwa rysunki:

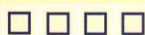
Który z rysunków wpada Wam szybciej w oczy?



Oczywiście – ten z prawej. Jednym z celów projektowania planogramów jest takie ułożenie towarów, aby były one czytelne dla konsumenta. A jeżeli klient więcej dostrzeże, tym więcej kupi a dzięki temu obroty sklepu ... wzrosną!

Patrząc na rysunki obok można zauważyć, że planogramy obejmują układ linii towarowych oraz bloki asortymentowe.

LINIA TOWAROWA informuje nas o:



Rozpiętości asortymentowej tj. o szerokości i głębokości oferowanej grupy towarowej
Stosowanym systemie informacji o towarze, o ustawieniu hierarchii cenowej półki
Wadze poszczególnych marek w sklepie

BLOK ASORTYMENTOWY przekazuje komunikat:



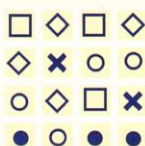
- Jaką grupę towarową ma przed sobą klient, kiedy stoi przed półką sklepową?
- Co wchodzi w skład grupy towarowej (jakie pod grupy towarowe)?
- Jakie są zachowane kryteria?
- Jakie są podstawowe informacje dotyczące produktu oraz grupy produktów?
- Czy jest zachowana komplementarność oferty?

PRZYKŁAD:

Wyobraźcie sobie Państwo następującą sytuację, produkty stojące na regale oznaczamy według następującego wzoru:

- przyprawy jednorodne (pieprz, ziele angielskie, liść laurowy, majeranek)
- mieszanki przyprawowe (kucharek, przyprawa do ryb, kurczaka, grilla)
- zioła i mieszanki ziołowe (oregano, bazylika, pieprz ziołowy, zioła do sałatek)
- susze warzywne (natka pietruszki, koperek, czosnek)
- przyprawy korzenne (zynamon, pieprz czarny i biały, ziele angielskie)

Patrzymy na półkę i rysujemy. I założymy, że wygląda ona tak:



I zmieniamy ją w sposób następujący:



Która z przedstawionych propozycji będzie bardziej czytelna dla konsumenta?

PROCES TWORZENIA PLANOGRAMÓW

Faza pierwsza polega na diagnozach i analizie preferencji nabywczych konsumentów oraz produktywności grup towarowych i produktów. W fazie drugiej projektuje się usprawnienia poprzez selekcję produktów (co dodać, z czego zrezygnować?), rozłożenie produktów (gdzie ustawić produkty najdroższe, a gdzie najtańsze?), a także ustalenie bezpośredniego sąsiedztwa m.in. segmentów cenowych, który produkt powinien stać obok którego, a gdzie winny stać produkty najbardziej wartościowe. Faza trzecia oparta jest na testach pomysłów. Po tym etapie następuje końcowe rozrysowanie nowych planogramów, a następnie ich wdrożenie w sklepie. Ostatnim etapem jest monitorowanie nowego planogramu przez detalistę, czyli kontrolowanie parametrów.

Zaprezentowałem Państwu kilka najważniejszych zagadnień dotyczących projektowania planogramów. Jeżeli są Państwo zainteresowani rozszerzeniem wybranych zagadnień – zapraszam do dyskusji na www.prymat.pl

Zapraszam.

Wasz doradca – Marcin Bujnowicz

