

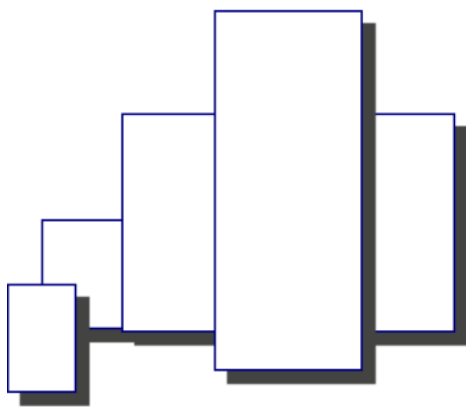
Забавен мърчандайзинг за 1 минута

5. ПОВТОРЕНИЕ

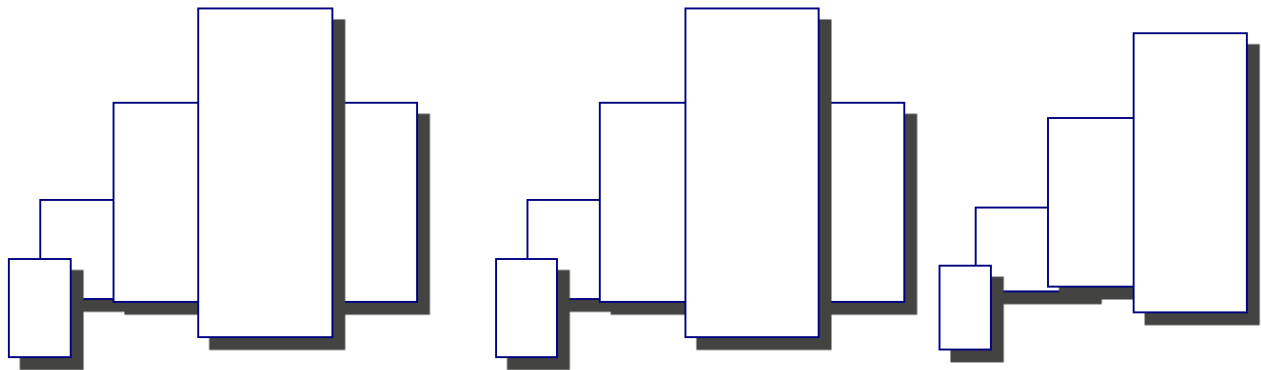
Третият основен принцип на композиция е **REITERATION** – “ПОВТОРЕНИЕТО”. Той се използва абсолютно във всички търговски обекти без оглед на категориите – от храни до строителни материали – приложим е навсякъде!

Основната логика на този принцип е – колкото по-често един предмет се показва по един и същ начин пред очите, толкова по-дълбоко се запомня той от мозъка и впоследствие по-лесно се възпроизвежда. Убедени сме, че всеки от вас е имал случай когато слуша за 1-2 минути припева на някоя популярна песен (поп, поп-фолк, рап и т.н.), който след това си припява на ум с часове. Ето този ефект са развили професионалните мърчандайзери и са привнесли от музиката, но не със звуци а с форми и цветове.

„Ако видите това - едва ли ще го запомните !“



„Но ако видите това, и то няколко пъти – над 85% от вас ще го запомнят“



Чрез създаване на повтаряемост на образа, зрението подава на мозъка еднаква информация, която след обработка влиза дълбоко в паметта. Така се постига бързо „програмиране“, а от там и изключително добър резултат в решението за покупка. В резултат на което от 10 посетители – 4-5 купуват този продукт до следващите 2-3 посещения в обекта.

ПОВТОРЕНИЕТО е принцип в мърчандайзинга според който, конкретни (или серия) артикули от марката или от категорията се разполагат на няколко (минимум 4) места (втори точки) в търговската зала по най-силните коридори, като правилото е: **винаги да са подредени по един и същ начин – с т.н. фиксиран лейаут**. Така се отключва ефекта на „програмирането“. Клиента бързо запомня серията/марката и при първи повод свързан с тази категория – реагира, т.е. купува това което е FIM – first in mind, първо му „изплува в мозъка“.

Повторението се използва изключително много при категории, които имат малък пространствен обем – например „батерии“, „дъвки“, „вафли“, „фиксове и бульони“, „секундни лепила“, „пасти за зъби“. Изключително силно се прилага в големи обекти където пространството позволява минимален брой повторения. *Наскоро мои приятели се върнаха от Чехия, където са посетили голям хипермаркет DIY (do it yourself) за който ми споделиха, че са преброили малки спретнати стелажчета на Duracell на над 40 места в обекта. Накъдето и да се обърнеш – еднакво. Резултат – всяка втора потребителска количка има по един блистер батерии. Хитро, а?*

Това е! Всеки КАМ и/или Бранд Мениджър може да помисли в тази посока. (стига да не си е похарчил бюджета за втори точки, разбира се)