

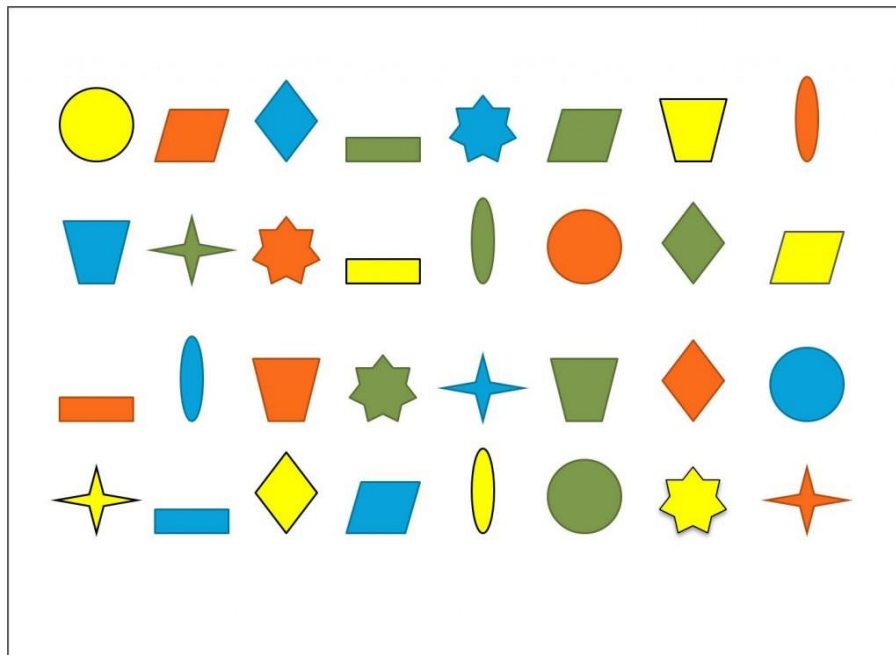
## Забавен мърчандайзинг за 1 минута

### 4. КРЪСТОСАНА ВИЗУАЛНА РАМКА

Вторият основен принцип на композиция е **CROSS VISION FRAME** – “кръстосаната визуална (геометрична) рамка”. Тя се използва почти във всеки търговски обект и за много различни категории – храни; домашни потреби; козметика; дрехи и обувки; строителни материали – много са!

На какъв принцип работи „кръстосаната визуална рамка“, най-добре може да бъде разбрано, чрез малък тест. Опитайте да го направите за 10 секунди (не повече), времето, за което окото на посетителя се задържа (обглежда) една секция от регала (стелажа). След тези 10 секунди, зрението вече е насочено в друга част от регала:

Колко цвята и колко фигури има на тази снимка? Имате 10 секунди ... 😊

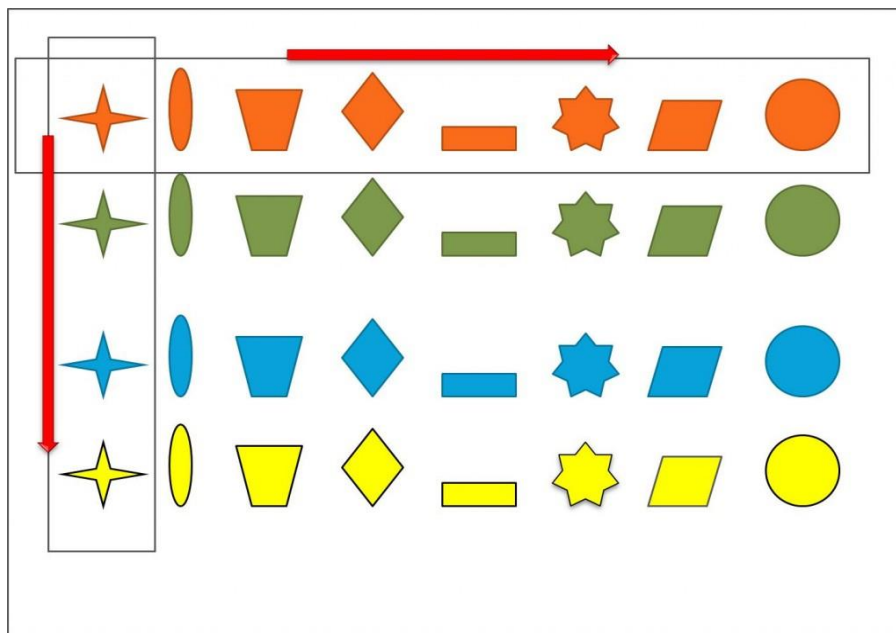


Трудно, нали? Това е ефектът, когато натоварим зрението и мозъка да обработва разбъркана информация. Трудно се постига бързо информиране, а от там и изборът на клиента се затруднява изключително, в резултат, на което от 10 посетители – 7-8 се

отказват и преминават към други секции в магазина. За да бъде премахната тази бариера при покупка, специалистите по мърчандайзинг използват „кръстосаната визуална рамка“

**КРЪСТОСАНАТА ВИЗУАЛНА РАМКА** е принцип в мърчандайзинга, според който всички представени артикули от марката или от категорията, трябва да бъдат подредени в две кръстосани линии (вертикално и хоризонтално), като правилото е: **в едната линия доминира „цвет без форма“, а в другата доминира „форма без цвят“**. Така очите ги приемат като едно единно, цяло блоково пространство, лесно за разбиране. Клиентът бързо разбира цялата серия – от колко форми и от колко цвята се състои.

**По хоризонтала – форма без цвят; по вертикала – цвят без форма.**



Визуалната рамка се използва изключително много при категории, в които има висока серийност – например „грижа за косата“ или аксесоари за лице и коса. Изключително силно се прилага в малки обекти, където пространството е ограничено и клиентът трябва да бъде максимално улеснен, като компенсация за „малкото“ място.

Това е! Всеки мърчандайзер или продавач-консултант може да го изпълни, но изисква добре да бъде помислено, в коя посока да доминира цветът и в коя формата. А това зависи също от мястото, с което разполагате 😊 .

Очаквайте следващите кратки наръчници!

**УСПЕШНИ ПРОДАЖБИ от ReExe Team!**