Moscow
Business School
Leadership Energy

Мерчандайзинг и эффективное управление торговым пространством

Формат обучения: Очно | Онлайн

Срок обучения: 2 дня

Время проведения: ежедневно с 10:00 до 17:30

Дата начала: 23.10.2025

Выдаваемые документы: Удостоверение о повышении квалификации или Сертификат Moscow Business School

Программа обучения

День 1

Основные элементы мерчандайзинга и психология поведения покупателей

- Что такое мерчандайзинг
- Основные элементы мерчандайзинга (Дизайн магазина, Зонирование, Оборудование, Выкладка, POS, организация запаса)
- Психология поведения покупателей и алгоритмы принятия решений о покупке в оффлайн и в онлайн ритейле
- Нейромаркетинг

Стратегический мерчандайзинг

- Основные слагаемые формата и ключевые факторы успеха компании-ритейлера
- Виды форматов магазинов
- Актуальные тренды и концепции магазинов
- Понятие омниканальности и бесшовности формата
- Алгоритм построения концепции мерчандайзинга
- Карта движения покупателя — основа для концепции мерчандайзинга (Customer Journey Map) — описание процесса

покупки
- Дизайн магазина (стиль, цвет, материалы и текстуры, свет, музыка, аромамаркетинг)
- Зонирование и принципы проектирования торгового зала
- Принципы презентации продукта и критерии организации товарного запаса
- Оформление POSM (ценники, подписи, навигация, рекламные материалы) и оборудование
- Промо-активность
- Применение digital-технологий

Макро-мерчандайзинг

- Алгоритм разработки планировочного решения торгового зала
- Виды планировок торгового зала
- Формирование покупательского потока, расчет касс
- Категорийное зонирование — способы определения последовательности размещения товарных категорий
- Принципы распределения торгового пространства между товарными категориями
- Работа с «Горячими» и «Холодными» зонами магазина
- Показатели эффективности
- Расстановка оборудование в соответствие с выбранной концепцией
- POSM макро-уровня: вывеска, входная зона, навигация
- Витрины и основы витринистики

Практикумы:

- Кейс «Разработка дизайн концепции»
- Кейс «Распределение торгового пространства и зонирование»
- Кейс «Разработка витрины магазина»

Самостоятельная проработка для закрепления материала:

Упражнение «Создание концепции и планировки торгового зала»

День 2

Микро-мерчандайзинг

- Этапы разработки концепции выкладки
- Определение «ключа выбора» ассортимента для последующей организации выкладки
- Использование законов восприятия в мерчандайзинге
- Различные типы выкладки продукта в зависимости от позиционирования магазина
- Алгоритм построения планограммы
- Коррекция ассортимента при помощи инструментов мерчандайзинга
- Принципы распределения торгового пространства и организации доступного товарного запаса
- Работа с best sellers, товарами 20/80
- Виды POSM, принципы разработки
- Оформление категории и отдельного продукта
- Информационные стенды от производителя
- Работа с дисплеями (образцы продукции)
- Выкладка новинок
- Создание шоурумов
- Методология выбора торгового оборудования
- Способы продвижения продуктов СТМ (собственной торговой марки)
- Антикризисный мерчанадайзинг — способы быстрого повышения продаж без значительных инвестиций
- Способы повышения среднего чека
- Принципы презентации в периоды промо-акций и распродаж
- Сезонный мерчандайзинг

Управление системой мерчандайзинга

- Роль и место Мерчандайзинга в структуре организации и эффективное распределение ролей
- Основные понятия и показатели эффективности в мерчандайзинге (коммерческие и операционные), KPI
- Разработка стандартов мерчандайзинга — создание Merchandising book — Шаблон

- Обзор возможных программ для создания планограмм
- Разработка, управление и использование календаря пересмотра ассортимента (Range review calendar — Шаблон)
- Эффективный анализ конкурентов (benchmarking) и последующее использование результатов
- Где искать вдохновение при разработке новых концепций — полезные ресурсы
- Построение системы контроля и использование чек-листа для аудита магазина — Чек-лист
- Способы оптимизации годового бюджета по мерчанадайзингу: на чем можно сэкономить, а что жизненно необходимо
- Самостоятельная разработка и управление vs профессиональное агентство: плюсы и минусы

Практикумы:

- Кейс «Разработка планограммы»
- Кейс «Разработка POSM оформления»
- Упражнение «Определение ошибок в выкладке товара»
- Упражнение «Расчет вместимости полки»
- Кейс «Обсуждение примеров участников и предоставление рекомендаций»

Разбор-анализ индивидуальных примеров участников и предоставление практических рекомендаций

(Для получения рекомендаций при себе важно иметь планировку торгового зала — расположение оборудования и товарных категорий, фото выкладки и оформления. Просьба предоставить материалы не позднее, чем за 2 дня до семинара)

Самостоятельная проработка для закрепления материала:

Упражнение «Разработка краткосрочного (бюджетного) и долгосрочного плана повышения продаж с помощью инструментов мерчандайзинга»