

C. Salon prasowy

Miejsce prezentacji w sklepie		
przymusowe		
magnesy		
impulsy		

Rodzaje ekspozycji towarów

Bardzo ważna jest ekspozycja towarów w sklepie. Jeśli jest odpowiednia, możemy liczyć na wyższe obroty. Możemy wyróżnić następujące rodzaje ekspozycji towarów w punkcie sprzedaży detalicznej:

- **Ekspozycja otwarta** – daje klientom swobodę i łatwy dostęp do produktów, dzięki czemu możliwe jest ich wypróbowanie lub sprawdzenie poprzez dotykanie, przymierzanie itp., co maksymalizuje uwagę klienta, zwiększa jego zaangażowanie; stosowana często przez sklepy odzieżowe.
- **Ekspozycja tematyczna** – ma na celu wytworzenie związku między nabywcą a konkretnym wydarzeniem (np. święta), porą roku (lato, zima) czy rodzajem aktywności. Styl ekspozycji nawiązuje do danego tematu, jej celem jest wywołanie dodatkowego impulsu zakupowego przez przypomnienie i uświadomienie klientom potrzeby zakupów. Przykładem takich ekspozycji przed nadchodzącym sezonem lub świętem jest np. ekspozycja przed świętami Bożego Narodzenia. Dekoracje w sklepie i na wystawie nawiązują do świąt i zimy, na centralnych miejscach są prezentowane propozycje książek jako prezentów. Dodatkowym jej wzmocnieniem jest odpowiednia muzyka. Analogiczne ekspozycje dotyczą zbliżających się wakacji (mapy, przewodniki), rozpoczęcia roku szkolnego (podręczniki, słowniki i artykuły szkolne), dnia dziecka itd.
- **Ekspozycja typu styl życia** – ukazane są produkty pasujące do stylu życia nabywcy – czyli zajęć, zainteresowań lub poglądów. Ważne elementy takiej ekspozycji to obrazy, filmy wideo, dźwięki, rekwizyty itp. Ekspozycja taka jest często stosowana przez sklepy odzieżowe.

