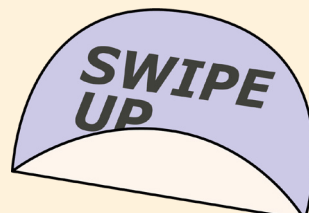


Il reparto **SISTEMAZIONE**



Introduzione



→ Scatole, contenitori e scaffalature di servizio: questo è il mondo della **sistemazione**, così come da classificazione, ormai comune, del mondo del bricolage.

Grazie all'ampia versatilità i prodotti della sistemazione sono adatti a molteplici utilizzi sia domestici che professionali, il che rende il reparto tanto un punto di **riferimento per diverse tipologie di clientela**, quanto una **leva strategica** per il distributore per eventi **promozionali**.

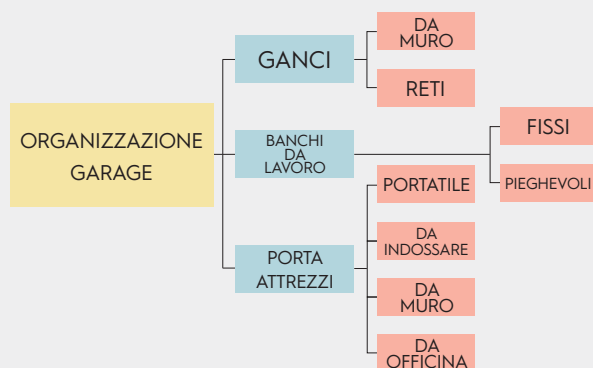
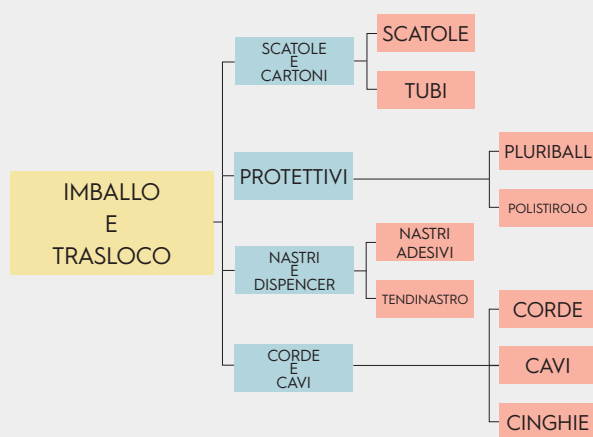
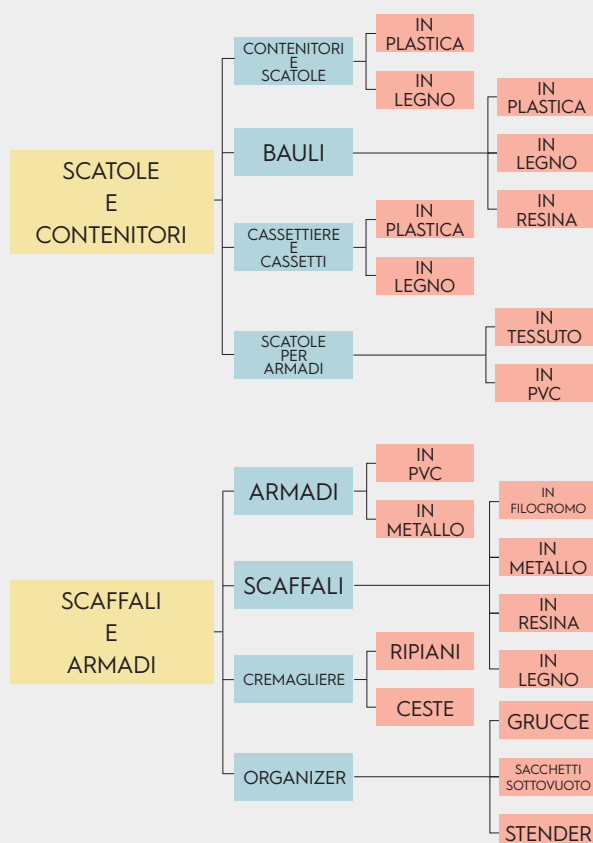
Anche per questa merceologia il **Visual Merchandising** è di grande supporto: impiegando alcune semplici regole espositive è possibile sviluppare vendite accompagnando il cliente nell'**esplorazione** e nell'**acquisto a libero servizio**.

Le famiglie merceologiche del reparto sistemazione

L'assortimento è ampio e profondo in quanto l'industria nel tempo ha prodotto e produce variegata soluzioni in risposta ai bisogni dei clienti. La **suddivisione in categorie** può essere fatta secondo diversi criteri:

- in un'ottica di risposta al **bisogno del cliente** si possono raggruppare le prestazioni in categorie che soddisfano degli specifici progetti come ad esempio tutto l'occorrente per il trasloco o per la sistemazione dello spazio **garage**
- diversamente si possono raggruppare prodotti per **prestazione d'uso** come scatole & contenitori e scaffali & armadi
- si potrebbe ripartire anche per **finalità d'utilizzo**: se ci pensiamo una scatola in PVC può essere utile in cameretta per sistemare i giochi, ma anche in cantina per riporre oggetti d'uso stagionale o in una lavanderia per sistemare dei detergenti

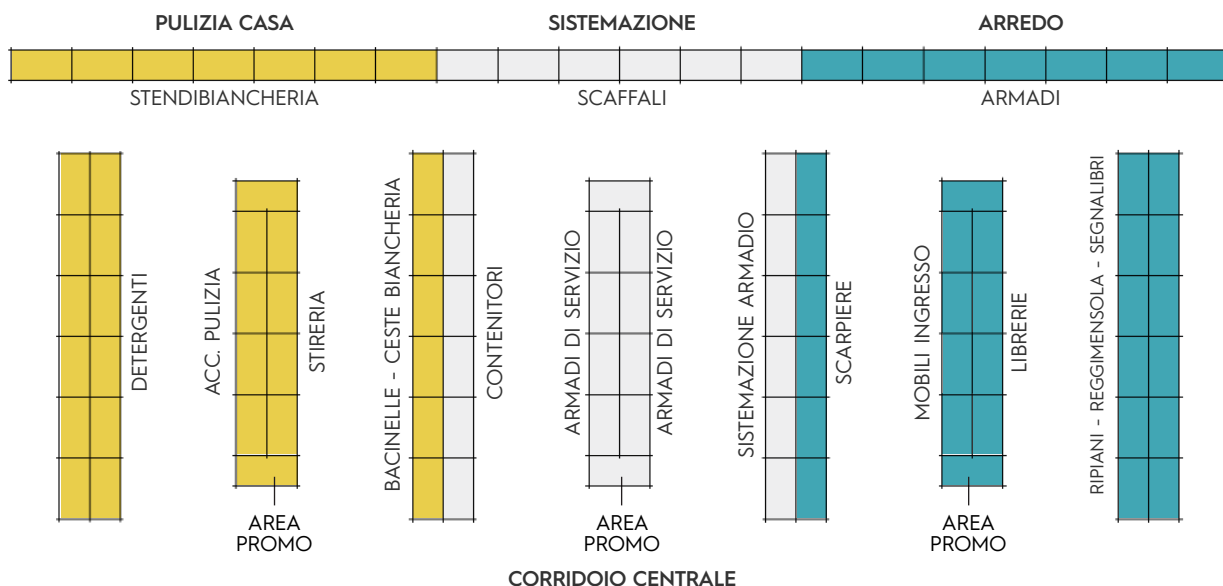
In un **assortimento** è importante definire bene le categorie da presidiare in base a **materiali, forme e funzionalità**, in modo da supportare al meglio ogni richiesta del cliente.



Adiacenze e sequenze merceologiche del reparto arredo

All'interno dello spazio vendita, la **dislocazione strategica del reparto** è funzionale a molteplici obiettivi, primo tra tutti accompagnare il cliente in un percorso logico, facile da comprendere ed utile a suggerire e ricordare diverse soluzioni d'uso. Il reparto può porsi vicino, quindi in adiacenza, a settori dedicati all'arredo della casa ed agli ambienti di servizio, come ad esempio ripostigli, cantine e lavanderie.

Quando si ragiona sulle sequenze merceologiche si possono applicare diverse strategie ma certamente la più efficace è quella di far seguire il **prodotto contenitore** ai prodotti che vi possono essere contenuti.



Modalità espositive dei contenitori

Per offrire un ottimo **supporto all'acquisto a libero servizio**, i principi cardine da applicare all'esposizione sono principalmente:

1. **Facilità di lettura dell'assortimento**
2. **Facilità di presa**

Le esposizioni su pedana offrono una presa più comoda, ma se non si dispone di aree fuori banco, è importante adottare un solo accorgimento: lasciare lo spazio utile per poter sfilare il prodotto senza dover spostare tutta la pila.

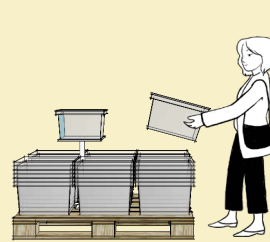
PRESA DIFFICILE



PRESA FACILE

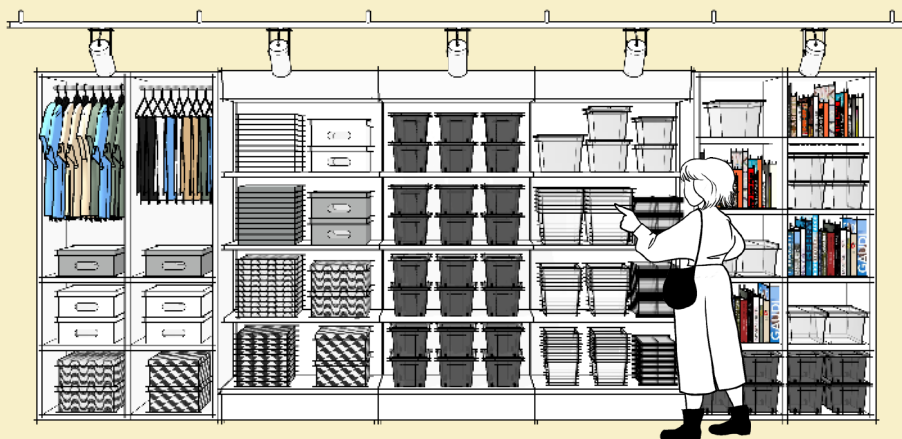


PRESA MOLTO FACILE



Ogni volta che l'esposizione crea "impedimenti" nella presa, stiamo stressando l'acquisto a libero servizio. Il compito del distributore è pertanto **facilitare la presa** sempre e comunque, affinché il cliente non debba abbandonare l'acquisto o rivolgersi agli addetti alla vendita allungando così il tempo di spesa.

ESPOSIZIONE CON MESSA IN SITUAZIONE

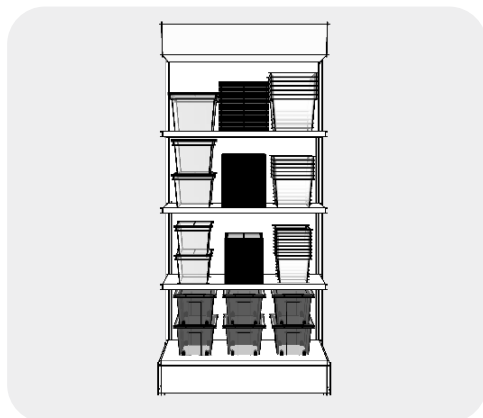


I momenti espositivi

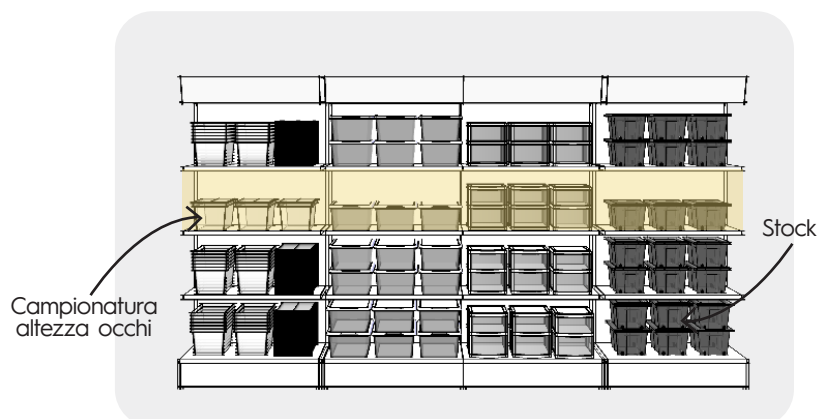
Dove e quando esporre i prodotti della sistemazione:

- In **testata di gondola** e su **pedana** le massificazioni di massimo tre prodotti sono ideali per i momenti promozionali, quando la merce viene venduta con uno sconto ed in grandi volumi.
- Sul **lineare di gondola** è possibile esporre sia l'assortimento **continuativo**, ma anche una selezione di prodotti di un **volantino promozionale**. In ogni caso è importante collocare la merce seguendo la verticalizzazione e disponendo uno spazio ad altezza occhio per collocare il campione corredato di cartello prezzo ed eventuale scheda tecnica.

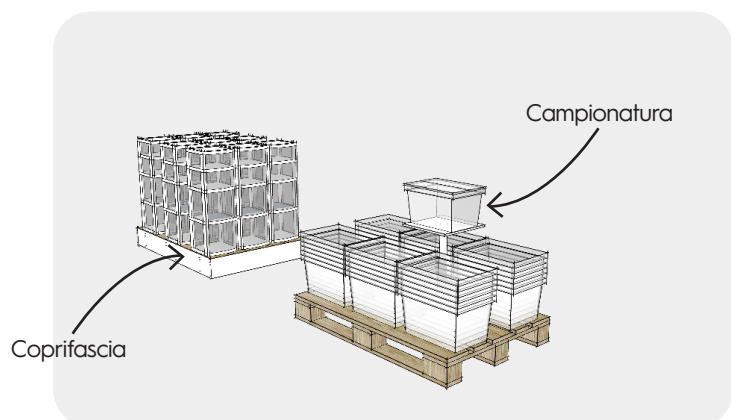
TESTATA DI GONDOLA



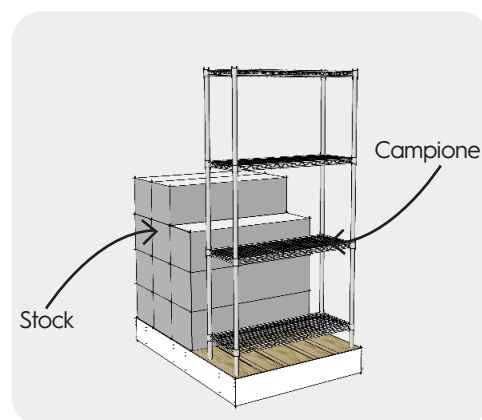
LINEARE ESPOSITIVO



MASSIFICAZIONE SU PEDANA



CAMPIONATURA E STOCK SU PEDANA



Esposizione delle scaffalature

Una scaffalatura ben montata e visibile nella sua interezza **aiuta il cliente nella scelta**.

Qualora l'assortimento offra diverse varianti di una prestazione, l'ideale è **ordinare i materiali in scala prezzo** partendo da quello più semplice e meno performante, fino a quello definito alto di gamma, dando la possibilità al cliente di scegliere con facilità il prodotto giusto per le proprie esigenze e disponibilità economiche.

Cartello prezzo e info prodotto



Consigli sulla disposizione efficace degli arredi

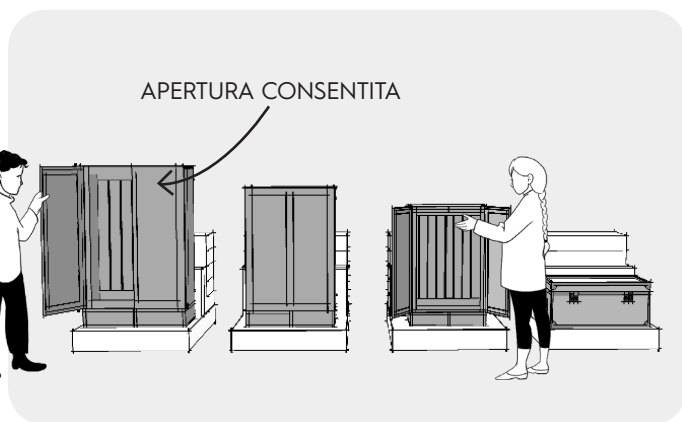
Partendo sempre dal principio che il prodotto deve poter essere valutato con facilità, bisogna prestare attenzione a come si dispongono le **armadiature con ante**.

Per l'arredo è molto importante valutare la suddivisione interna degli spazi, quindi le ante si devono poter aprire con agio.

DISPOSIZIONE ARMADI **ERRATA**



DISPOSIZIONE ARMADI **CORRETTA**



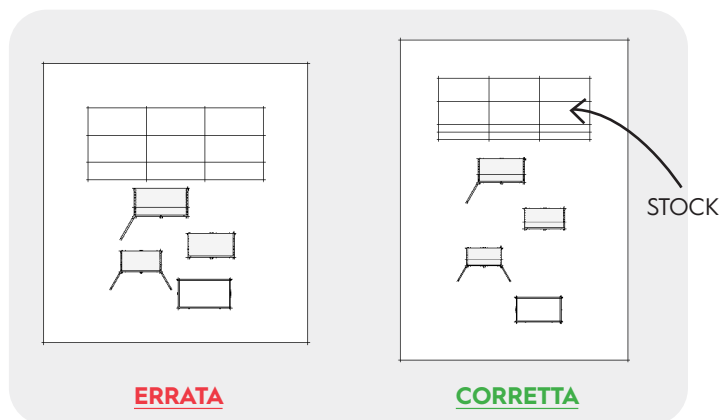
Schemi espositivi per aree a terra

L'esposizione nelle aree a terra deve essere organizzata tenendo presente che le armadiature si devono poter aprire agevolmente e che lo stock deve essere reperibile, laddove possibile, sempre nelle immediate vicinanze.

ESPOSIZIONE ARMADI A TERRA



ESPOSIZIONE STOCK A TERRA



NO

Cosa NON fare:

- Creare pile di scatole che impediscono al cliente una presa agevole
- Montare male scaffali e armadi, altrimenti il cliente crede che la qualità del prodotto è scarsa
- Sistemare lo stock a livelli di presa troppo alti

SÌ

Cosa fare:

- Mostrare sempre un campione del prodotto
- Esporre il prodotto anche in più punti del negozio, quando è complementare con altre merceologie
- Verificare spesso che gli armadi siano sempre ben montati



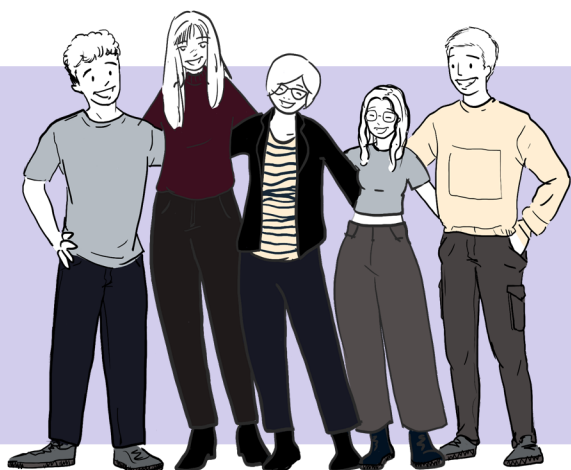
DORA BINNELLA



Specialista in **visual merchandising** e **retail business design**, consulente e formatrice, collabora con enti, e sviluppa progetti per attività indipendenti, GD e aziende di marca dei settori DIY, food, arte e turismo.

visita
il **SITO** 

Sul sito **www.dorabinnella.com** trovi tutte le nostre guide, i corsi di formazione **e-learning** dedicati ai comparti Bricolage e Ferramenta.



Il progetto è stato sviluppato da:

Dora Binnella
Ivan Caccamo
Edoardo Kohlschitter
Giulia Catalano
Paola Papi