

## SYSTÉMOVÝ MERCHANDISING

(2 dni)

**Kurz je určený pre:** obchodných zástupcov a ich priamych nadriadených (area sales manageri, supervízori) FMCG obchodných spoločností, management merchandisingových agentúr

Záleží Vám na tom, aby ste maximálne využili potenciál predajných miest? Chcete si byť istý že správne výrobky z Vášho portfólia budú v správny čas na správnom mieste, prezentované takým spôsobom, že potenciálny nakupujúci sa nielen rozhodne pre ich nákup na predajnom mieste, ale bude sa k ich nákupu opakovane vracat? Ak áno, spoznajte s nami spleť oblastí systémového merchandisingu, ktorý je jedným zo základných predpokladov ako to dosiahnuť a naučte sa ho správne implementovať.

Ako dosiahnuť, aby bol Váš tovar dobre viditeľný a ľahko dostupný, aby zaujal a odlišil sa od konkurencie? Ako zvládnuť systémový merchandising a jeho implementáciu tak, aby sa práve Váš tovar, či produkt dostal k zákazníkovi? Ako teda maximálne využiť potenciál predajného miesta, či kanálu v prospech práve Vášho sortimentu?

Absolventi budú ovládať princípy a zásady systémového merchandisingu, spoznajú čo sú merchandising štandardy, ako dosiahnuť ich excelentnú exekúciu, ako správne pripravovať časové harmonogramy exekúcie v jednotlivých prevádzkach, ako dosiahnuť maximálne efektívnu spoluprácu a komunikáciu medzi obchodnou spoločnosťou a externou merchandisingovou agentúrou. Naučia sa ako efektívne zladit prácu obchodných zástupcov s prácou merchandiserov a zásobovaním a pochopia nezastupiteľnú rolu obchodného zástupcu pri ich riadení, kontrole, hodnotení a rozvoji.

### Metódy použité na tréningu:

Prednášky, cvičenia, modelové situácie, skupinové riešenia a ich analýza spojená so spätnou väzbou, odovzdávanie vzájomných skúseností z praxe, diskusia, užitočné tipy a rady lektorov, praktické cvičenie v teréne.

### Systémový merchandising

**Ako čo najviac využiť potenciál predajného miesta a ako tovar dostať až „do košíka“.**

- Čo je merchandising?
- Vplyv merchandisingu na využitie predajného potenciálu prevádzok?
- Čo sú merchandising štandardy, ako sa tvoria a aký majú význam?
- Ako správne plánovať kapacitu (počet prevádzok, počet merchandiserov, frekvencia dokladania, čas, ...) a podľa čoho určiť ktoré prevádzky do toho zahrnúť a ktoré nie?
- Ako optimalizovať „trasy“ merchandiserov?
- Merchandiser - aká je jeho rola a požadované vlastnosti a ako má byť zaškolený?

- Obchodný zástupca – ako správne manažovať, viesť, kontrolovať a rozvíjať prácu merchandisierov? Na čo nesmie zabudnúť?
- Čo všetko má zahŕňať systémový merchandising, ako ho exekúovať v praxi a ako koordinovať prácu obchodných zástupcov s merchandisermi?
- Aké formuláre potrebujeme k zaškoleniu, mažovaniu, kontrole a vyhodnoteniu MCHD?
- Aké sú povinnosti merchandisera a jeho nadriadeného?
- Aké sú povinnosti obchodného zástupcu a jeho nadriadeného?
- Ako efektívne spolupracovať s externými merchandisingovými agentúrami?
- Ako manažovať systém, komunikáciu, kontrolu, hodnotenia a rozvoj?
- Čo všetko má obsahovať zmluva s externou špecializovanou spoločnosťou a prečo?
- Aký význam má kontrola merchandisingu v praxi?
- Ako kontrolovať systém a ako exekúciu, aby sme dosiahli maximálnu efektivitu?
- Ako postupovať pri opakovaní nedostatkov?
- Ako nám môže pri exekúcii merchandisingu pomôcť personál predajne a čo môžeme pre to urobiť?
- Ako prakticky vykonávať merchandising? Praktické cvičenie v teréne.