



Martonosiné Csertő Brigitta

Hogyan bonyolítsuk le jól a reklámakciót?



A követelménymodul megnevezése:

Élelmiszerek és vegyiárúk forgalmazása

A követelménymodul száma: 0007-06 A tartalomlelem azonosító száma és célcsoportja: SzT-025-30



HOGYAN BONYOLÍTSUK LE JÓL A REKLÁMAKCIÓT?

ESETFELVETÉS – MUNKAHELYZET

"A Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság a húsvéti ünnepek megelőzően koncentrált ellenőrzéseket végzett a kereskedelemben elsősorban a forgalmazási körülmények, a fogyasztói tájékoztatás területén a vásárlói megkárosítások és a megtévesztő kereskedelmi gyakorlatok kiszűrése érdekében"

Az ellenőrzés egyik témája a téves ártájékoztatás volt az akció során. Ennek kapcsán a fogyasztóvédelmi felügyelőség az alábbi hibát találta:

"A próbavásárolt tasakos instant kávékeverék esetében a termék értékesítési helyén elhelyezett akciós tájékoztató táblán 469,-Ft eladási ár szerepelt, ezzel szemben a pénztárban 662,-Ft.-ot számítottak fel, a többlétszámítás mértéke: 193,-Ft"¹

Véleménye szerint mi okozhatta ezt a hibát?

Milyen megoldás van arra, hogy a hiba az akció kezdete előtt kiderüljön?

Kinek a feladata, hogy a hibát észrevegye és jelezze?

¹ [http://www.nfh.hu/informaciok/hirek/hirarchivum/husvet.html?query=akci%C3%B3s term%C3%A9k](http://www.nfh.hu/informaciok/hirek/hirarchivum/husvet.html?query=akci%C3%B3s+term%C3%A9k), 2010.09.06.

SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM

MIÉRT SZERVEZNEK A KERESKEDELMI EGYSÉGEK AKCIÓT?

A különféle felmérések azt mutatják, hogy minden harmadik vevő azért vesz meg bizonyos árucikkeket, mert az olcsó, vagy akciós. Az akciók a kereskedelmi tevékenységek, a mindennapi munka szerves részei.

1. Az akciók célja

Elsődleges cél a vevőszám és a kosárátlag növelése. A jó akció hozzájárul, hogy több lesz a vásárló, valamint egy vásárló többet költ, ezáltal nő a bolt forgalma. Az új termékek megismertetése is célja lehet akciónak. A készletek megmozgatása is lehetséges az akciók által, azaz:

- a túl magas készlet csökkentése,
- a minőség-megőrzési időhöz közeli termékek értékesítése a lejárát előtt,
- az elfekvő készlet mennyiségének csökkentése,
- a szezonárúk kiárusítása.

A kereskedelmi cégek egyre több és többféle akciókat szerveznek, mert a vásárlók egyharmada vesz meg egy-egy terméket kizárólag azért, mert éppen akciózzák.

2. Az akció meghirdetése

Az akció akkor éri el célját, ha arról a vásárlók egyértelműen tájékozódni tudnak. Az akció idejéről és annak tartalmáról való információ többféle formában juthat el az emberekhöz. Ilyen módszer lehet a napi- vagy hetilapokban való hirdetés, a szórólap, plakátok kihelyezése közterületen, a cég reklámújságja, rádióban, televízióban való hirdetés. Mindezek a boltok kívül adnak hírt az akcióról.

Az üzleten belül is rendkívül fontos az akcióról a tájékoztatók kihelyezése. A vásárló számára egyértelműen beazonosíthatónak kell lenni azon terméknek vagy szolgáltatásnak, amiről előzetesen tájékozódott. Erre szolgálhat a boltok belüli tájékoztató tábla, vagy más néven POS.

3. A reklámakciók típusai

A kereskedelmi cégek szinte versenyeznek, hogy újabbnál újabb típusú akcióval lépjenek meg a vásárlóikat.

- Árcsökkentés
- "egyét fizet kettőt kap",
- Több azonos termék vásárlása esetén árkedvezmény van,
- Az áruhoz egy másik terméket adnak ajándékba,

- Kuponok, amelyet a vásárlás során be lehet váltani. A kupont általában újságokban vagy szórólapon teszik közzé.
- Törzsvásárlói kártya,
- Pontgyűjtő akció, amelynek során az összegyűjtött értéket le lehet vásárolni,
- Bélyeggyűjtő akciók, ahol az összegyűjtött értéket meghatározott termékek kedvezményes vásárlására lehet fordítani,
- Ajándék, vagy ajándékutalvány átadása meghatározott vásárlási értékenként
- Kóstoltatás,
- Árubemutató,
- Hitelakciók tartós fogyasztási termékeknél.



1. ábra. Pontgyűjtő akciók

4. A reklámakciók fogyasztóvédelmi előírásai

A vásárló megtévesztése tilos. A meghirdetett terméket az akció teljes időszaka alatt biztosítani kell. A termék eladási árának meg kell egyeznie a hirdetésben szereplő árral. Az akciós szolgáltatást, az akció teljes időszaka alatt, a hirdetés szerinti feltételekkel kell biztosítani.

A REKLÁMAKCIÓK LEBONYOLÍTÁSÁNAK ELVÁRÁSAI

A teljes akciós időszak alatt a legfontosabb követelmény, hogy a meghirdetett termék, a reklámozott módon és áron kerüljön forgalomba, valamint a vásárló mindvégig férjen hozzá az áruhoz. Ha az áruhoz vagy a vásárláshoz egyéb promóció van társítva, akkor azt biztosítani kell az akció végéig. Ahhoz, hogy mindez teljesüljön többféle tervezési és szervezési folyamatot kell megvalósítani.

1. Legelőször az akció célját kell meghatározni, amely vezetői feladat. Többféle célt is ki lehet tűzni ugyanazon időszakra vonatkozóan. Például a szezonvégi kiárusítás és a kupon akció lehetséges ugyanazon időszakban.
2. Az akció várható hasznát ki kell számolni. Meg kell határozni az akció időpontját, időtartamát és az akcióba bevont áruk, vagy szolgáltatás, vagy a vásárláshoz társított kedvezmény körét. Ez szintén vezetői feladat.

3. Ha nagyobb mennyiség eladását tervezi a kereskedelmi cég, mint ami rendelkezésére áll, akkor a beszállítókkal tárgyalásokat kell folytatni. Meg kell állapodni velük a beszállítási árban, a szállítási időben és mennyiségben. Nagyon fontos, hogy a megállapodás végeredményeként biztosítva legyen folyamatosan az áru a teljes akciós időszak alatt. A beszállítókkal való tárgyalás is vezetői feladat.
4. A 3. pontban leírt esetben a megállapodást követően, de az akciós időszak kezdete előtt meg kell rendelni (vagy nagykereskedelemben meg kell venni) az akciós termékeket. Nagyon lényeges szempont, hogy a rendelés időben történjen meg, hogy az áruk az akció kezdetére rendelkezésre álljanak. A rendelésnél figyelembe kell venni a beszállító cég szállítási készségét, a szállítási periódust. A rendelést a kereskedelmi cég sajátosságaitól függően vagy a központi beszerzés, vagy a bolt alkalmazottai teszik meg.
5. Ha ajándékot, vásárlási utalványt kap a vásárló, akkor annak is rendelkezésre kell állnia az akció kezdetére. Ennek biztosítása szintén a vállalkozás sajátossága szerint történik a központi beszerzés/marketing vagy a bolt dolgozói által.
6. A szezonvégi kiárusítás esetén nincs újabb beszerzés, hiszen ennek a célja a régi áru eladása. Ez az akció jellemzően a készlet erejéig tart. A megvalósításnál főleg a bolt dolgozóinak van nagy szerepe.



2. ábra. Előrenyomott szezon kiárusítás tábla

7. A kóstoltatás vagy árubemutató célja, hogy a vásárló megismerje az adott terméket. Ha megtetszik neki, akkor lehetőséget kell biztosítani számára, hogy azonnal meg tudja vásárolni. Ezért ebben az esetben gondoskodni kell arról, hogy elegendő áru álljon rendelkezésre egyrészt a kóstoláshoz, másrészt a vásárláshoz. Ennek szervezése szintén a vállalkozás sajátosságaitól függő.
8. Az akciós időszak kezdete előtt meg kell tervezni a boltban belüli lebonyolítását. Ennek része:
 - a) az eszközök biztosítása, amely a fogyóeszközökre és az állóeszközökre is kiterjed,
 - b) a lebonyolításhoz szükséges munkaerő biztosítása,
 - c) az áru-kihelyezési terv elkészítése,
 - d) a helyi sajátosságnak megfelelő tájékoztató táblák, stb. elkészítésének terve,
 - e) a rendelési ütem és mennyiség megtervezése az akció teljes időszakára vonatkozóan,
 - f) annak megtervezése, hogy az akció végén megmaradó áruval mit tudnak tenni,
 - g) a nagyobb mennyiségű áru átvételéhez és tároláshoz a hely biztosítása,
 - h) az akciós termékek beárazásának előkészületei a bolti sajátosságoknak megfelelően,

- i) a kóstoltatáshoz, vagy árubemutatáshoz a hely kialakításának terve,
 - j) a korábbi akcióba bevont termékek visszahelyezésének vagy visszarújának terve,
 - k) az akció szervezéséért felelős vezető meghatározása,
 - l) a bolt dolgozóinak tájékoztatása az akció bevont termékekről, vagy szolgáltatásról,
 - m) a bolt dolgozóinak tájékoztatása az akció lebonyolítása során rájuk váró feladatokról.
- Ezeket a tervezési feladatokat jellemzően a bolt dolgozóinak kell megtenni a vezető irányítása mellett.
9. A kereskedelmi vállalkozások többsége az akció kezdete előtti napon kezdi meg az akcióváltást. A 8. pontban felsorolt, a tervezés során meghatározott feladatokat hajtják végre Ennek megvalósítása kizárólagosan a bolt dolgozóinak feladata és felelőssége.
 10. Az akció kezdő időpontjában – a bolt nyitása előtt – érdemes ellenőrizni, hogy az akcióban meghirdetett áru vagy szolgáltatás valóban a hirdetés szerint kerül forgalomba a fogyasztóvédelmi előírásoknak megfelelően. Az eltérést azonnal korrigálni kell. Ez a bolt dolgozóinak feladata.
 11. Az akciós időszak alatt folyamatos áruutánpótlás szükséges. A kihelyezést – főleg a másodlagos kihelyezést – karban kell tartani, hogy az akció teljes időszaka alatt tetszetős legyen. Ez a bolt dolgozóinak feladata.

AZ ELADÓK FELADATAI

Az üzletre vonatkozó reklámakciót megismeri

Az eladóknak tájékozódniuk kell az akció tartamáról és a lebonyolítás során rájuk váró feladatról. Ezen tevékenységüket a bolt vezetése segíti. A tájékozódásnak két szempontból is jelentősége van. Az akció lebonyolítása során tisztában kell lenniük, hogy mit, mikor és hogyan kell elvégezniük. A másik szempontot pedig a vásárlók adják, akik elvárják, hogy az eladók tisztában legyenek és tájékoztatni tudják őket az akcióról.

A megismerés az akció típusára, időpontjára, a benne szereplő termékek, szolgáltatások körére, az akciós árra, a szervezésben való feladataira és a határidőkre vonatkozik.

A vásárló tájékoztatása az üzleten belül

A vásárlói tájékoztatás két részre bontható. A hagyományos tájékoztatás a szóbeli kommunikáció révén valósul meg. Ennek során az eladó elmondja a vevőnek, hogy mely terméket vagy szolgáltatást a bolt mely területén és milyen feltételekkel tud megvenni, illetve igénybe venni. A vásárlók elvárják, hogy az eladó azonnal, fejből mondja el a választ, ezért célszerű megjegyezni az akció főbb tartalmi elemeit.

A másik tájékoztatási mód az írott, azaz a bolton belüli árcímkén, polccímkén, táblán, plakáton, újságon, szórólapon, padló-reklámon keresztül valósul meg. Az írott tájékoztatókból több félétt bolton belül készítenek el. Az elkészítésük, kinézetük a helyi sajátosságokhoz igazodik. Az eladó részt vállal ezek elkészítésében, valamint kihelyezésében.

AKCIÓ

3. ábra. Előre nyomtatott akciós tábla

Mind a két feladatnál nagyon fontos, hogy a meghirdetett áru neve és akciós ára pontosan legyen kiírva. A tájékoztatók kihelyezése az akció kezdetekor, a bolt a nyitása előtt történjen meg. A megfelelő tájékoztató a hozzá illő terméknel legyen és egyértelműen beazonosítható legyen.

The image shows two examples of promotional price tags. The top tag is for 'SOLE UPDATE PUDING', 2-féle, 125g. The original price is 99,- helyett, and the promotional price is 69 Ft. It also includes a '30% KEDVEZMÉNY' label and '+2 SuperShop pont'. The bottom tag is for 'EISBERG BOLERO MIX', Csomagolt, 150 g. The original price is 349,- Ft (1 csomag), and the promotional price is 249 Ft. It includes a 'TÖBBET OLCSÓBBAN!' label and '2 csomag vásárlása esetén csomagja'. Both tags include unit prices and validity dates (2010.09.23-29).

4. ábra. Akciós termék kiírások

A vállalkozások változatos módon jelenítik meg a tájékoztatókat. Például az akciós és normál polccímkék színe egyes helyeken eltérő. Az akciós piros, a normál sárga. Máshol ugyanaz a színük, ellenben különféle akciós "füleket" helyeznek a címke köré és ezzel tájékoztattják a vásárlót. A tájékoztató táblák is ugyanilyen változatosságot mutatnak.



5. ábra. Akciós fül címkével

A táblákon, plakátokon legyen feltüntetve a termék megnevezése, régi ára, új ára, új egységára, az akciós időszak, valamint minden olyan információ, amit akción kívül is kötelező feltüntetni (például zöldség-gyümölcsnél származási ország, stb.)

A reklámakcióban szereplő terméket megfelelően kihelyezi

Az áru fogyását nagy mértékben meghatározza, hogy hol és hogyan van kihelyezve. A normál, polcon belüli kihelyezésen kívül másodlagos kihelyezést is szoktak alkalmazni akciós áruknál. A másodlagos kihelyezés azt jelenti, hogy az árut nem csak az állandó helyén jelenítik meg, hanem más felületen is. Az akcióban jellemzően nagyobb mennyiségben áll rendelkezésre az áru, ezért nyílik lehetőség a több helyen való megjelenítésre. A mennyiségtől és a helytől függően lehetséges polcvégen, raklapon, asztalban, displayben, kosárban, stb. való kihelyezés is. A nagyobb méretű áruházak a bejáratnál külön polc-sort alkalmaznak az akciós áruk kihelyezésére, amit akciótól és szezontól függően állandóan változtatnak. Azon termékeket érdemes másodlagosan kihelyezni, amiktől nagyobb fogyást várnak és a másodlagos kihelyezés segítségével nagy mennyiséget lehet kirakni, ezáltal az állandó utántöltést el lehet kerülni. A vásárló így folyamatosan hozzájut az áruhoz és nem jöhet létre az az állapot, hogy üres a polc, mert az eladó nem győzi a töltést. A "szembeötlő" és tetszetős kihelyezés hozzásegítheti a boltot ahhoz is, hogy a vevő észreveszi az árut és esetleg akkor is megvásárolja, ha egyébként nem állt szándékában.

Az eladótérben való kihelyezés előtt az árut elő kell készíteni. A bolt 'hátsó területein', például raktár, előkészítő területén érdemes ezt megtenni. A bolt nyitva tartása alatt nem javasolt az eladótérben megtenni az előkészítést, mivel az gátolja a vevőt a vásárlásban és rendkívül balesetveszélyes is. Az előkészítő munka része például: a gyűjtőcsomagolás eltávolítása, az áru raklpra, asztalba való helyezése, akciós tábla elkészítése, termék bearázása, vagyonvédelmi eszközök felhelyezése az árura, stb. Az előkészítés végeredménye, hogy a másodlagos kihelyezés a megfelelő mozgó eszközzel kivihető az eladótérbe és azonnal értékesíthető..

A reklámakcióban szereplő termékeket beárazza lista alapján

Az eladók egyik legfontosabb feladata az akció lebonyolítása során, hogy a helyes ár legyen feltüntetve. Ha terméken van az ár, akkor a beárazásnak az akció kezdete előtt meg kell történnie. Ha a polccímke van a termék előtt, akkor annak cseréje általában az akció kezdetekor kerül kicserélésre. A boltnyitása előtt kell végrehajtani a cserét.

Azoknál az áruházaknál, ahol központilag viszik be a pénztárgépbe az akciós árat, gyakori hiba, hogy a régi ár marad a rendszerben az akció kezdetekor. Ár ellenőrzése az akció kezdetekor ezért rendkívül fontos feladat. A nyitás előtt minden akciós áruból a pénztárhoz kell vinni egy-egy darabot és le kell tesztelni, hogy helyes áron "veszi-e" a pénztárgép. Ha nem, akkor rögtön meg kell tenni az intézkedést, hogy a vásárló a meghirdetett áron tudja megvenni az árut. Ennek elmulasztása fogyasztóvédelmi szabálytalanságnak minősül.

A reklámakcióban szereplő termékek megrendelendő mennyiségére javaslatot tesz

A kereskedelmi egységekben általában a vezetők rendelik meg az árut. Az eladóknak azonban jelentős a szerepük ebben, mivel ők vannak közvetlen kapcsolatban a vásárlókkal és a kiszolgálás során információt szereznek arról, hogy mi a véleményük az akcióról és az adott árról. Ez alapján meg tudják állapítani és előre tudják jelezni a vásárlási szándékot. Az eladó akkor jár el helyesen, ha ezen információkat megosztja felettesével, ezzel segítve az akció termék készletének folyamatos biztosítását.

A reklámakció végén az eredeti állapotot helyreállítja

Az eladóknak az akciós időszak zárásaként vissza kell állítani az eredeti állapotot. Ez azt jelenti, hogy a másodlagos kihelyezéseket meg kell szüntetniük, hogy csak a normál helyén jelenjen meg az áru. Az akciós árat az akció végéig kint kell hagyni, de azt követően az új (általában magasabb) árat kell feltüntetni. Ha kint marad az akciós ár, amikor a vevő jön vásárolni, akkor a terméket azon az áron kell értékesíteni, ami az üzletnek problémát okoz. Ezért az eladó szerepe ebben a fázisban rendkívül fontos és felelősségteljes.

TANULÁSIRÁNYÍTÓ

1. feladat

Az akciós tájékoztató tábla, plakát célja a boltban belül a vevő tájékoztatása: mit, hol mennyiért, mennyivel olcsóbban tud megvásárolni. Ön egy élelmiszer kiskereskedelmi üzletben dolgozik, és a vezetője megbízza azzal, hogy készítse el a tájékoztató táblát. Annyi kötöttséget határoz csak meg, hogy a fogyasztóvédelmi előírásoknak feleljen meg, egyébként szabadon alkothat akciós POS-t. Készítse el a lehetőségei szerint számítógépen vagy papíron! Az akciós árut és az árat, valamint a tájékoztató tábla jellegét szabadon választhatja meg.

2. feladat

Ön kiskereskedelmi boltban dolgozik. A felettese kikéri véleményét arról, hogy az akció melyik időszakra rendeljék meg a legnagyobb mennyiséget? Akció kezdetére? Akció folyamatában? Akció végére? Indokolja meg döntését!

3. feladat

Nézze meg az alábbi képeket, amely egy-egy akciós kihelyezést ábrázolnak. Mi a véleménye róluk?



6. ábra



7. ábra

4. feladat

Ön élelmiszer kiskereskedelmi üzletben dolgozik. A főnökétől azt az utasítást kapja, hogy helyezzen ki a polcvégre kávékat olyan módon, hogy annak "tömeg hatása" legyen és jól mutasson. Milyen módon oldaná meg ezt?

5. feladat

Milyen eszközöket ismer, amibe/amire másodlagos kihelyezésként az akciós árut el lehet helyezni?

6. feladat

Hova és hogyan legyen kihelyezve az akciós áru? Mitől függ a helye? Beszélje meg a gyakorlati helyén, hogy ott milyen megoldásokat szoktak alkalmazni és miért?

7. feladat

Ön csemege pultban dolgozik. A felettese megbízza, hogy kóstoltasson szárazkolbászt, mert nem ismerik a vásárlók. A pultban dolgozik folyamatosan és a kóstoltatást a kiszolgálás közben kell megvalósítania. Hogyan valósítaná ezt meg?

8. feladat

Milyen eszközöket tud használni az áru beárazásához és az árellenőrzéshez? A gyakorlati helyén gyűjtsön erről információt.

9. feladat

Az akciós árunak és táblának időben és folyamatosan rendelkezésre állnia az akciós időszak alatt. A szakmai gyakorlati helyen figyelje meg, hogyan valósítják ezt meg a bolt dolgozói.

10. feladat

A munkahelyi vagy tanműhelyi szakmai gyakorlata során gyakorolja az árazógép használatát. Állítsa be rajta, hogy áru eladási ára: 105 Ft, 96 Ft, 1450 Ft, 2002 Ft legyen. Az árcímkét tegye rá többféle termékre is. Mire kell figyelnie az akció beárazás során?

MEGOLDÁSI JAVASLATOK

1. feladat

Az elkészített tájékoztató táblát kiscsoportos formában beszéljék meg. A fő szempont a kreativitáson és tetszetősségen túl az legyen, hogy milyen olyan információt tartalmaz-e, ami az adott terméknél kötelező. (megnevezés, régi ár, új ár, új egységár, akciós időszak, és egyéb kötelező elem, ami az adott terméktípushoz szükséges.

A hibátlan és ötletes plakátokat akár ki is helyezhetik dekorációként az osztályteremben.

2. feladat

Az akció kezdetre rendüljük a legnagyobb mennyiséget induló készletként azon termékeknél, amelyek nem napi fogyasztási cikkek (pl.: kenyér) Ez akár a teljes tervezett akciós fogyasztás kétharmadát is jelentheti. A napi termékeknél csak a várható egy napi fogyasztás szabd rendelni.

Utánrendelés az akció időszaka alatt egyre csökkenő mennyiségben célszerű. A vevők az akció kezdetekor vásárolják a legnagyobb mennyiséget és a köztes időszakban a vásárlási készség csökken.

Akció vége felé az áru "kifuttatása" történik. Lényeges szempont, hogy nehogy "elfekvő" készlet legyen belőle. A minőség-megőrzési idő is fontos szempont, nehogy megromoljon a termék az akció lejárt utáni csökkenő eladási mennyiség miatt.

Csoportos foglalkozás keretében beszéljék át, hogy melyik árucikknél milyen rendelési taktika a helyénvaló.

3. feladat

Csoportos foglalkozás keretében beszéljék át, milyen berendezések használhatóak még a képen látható termékek kihelyezésére. Térjenek ki arra is, hogyan lehet "tömeges" árukihelyezés látszatát kelteni anélkül, hogy feleslegesen sok áru legyen rendelve. A munkahelyi szakmai gyakorlat során gyűjtsenek előzetesen erről minél többféle információt, megoldást!

4. feladat

A polcvégre nagy mennyiségű árut lehet kihelyezni általában olyan módon, hogy alul raklap van, fent pedig polcok. Sok esetben két raklapnyi áru is elfér a polcégen. Ez kávé esetében rendkívül nagy mennyiség, ami ritkán fogy el. Többféle megoldást szoktak használni a tetszetős kihelyezésre. Az egyik lehetőség, hogy a raklapot megemelik oly módon, hogy egymásra többet raknak és raklaptakaróval letakarják. Erre helyezik ki az árut, valamint a felette lévő polcokra. A raklaptakaró akár a kávé reklámhordozója is lehet.

Beszélgék meg, hogy az egyes kiskereskedelmi boltokban milyen más megoldásokat láttak még.

5. feladat

Másodlagos kihelyezésként használható eszközök például polcvég, raklap, asztal, display, a bejáratnál erre a célra kinevezett polc-sor, stb.

Milyen eszközökkel találkoztak még a szakmai gyakorlat során? Beszélgék meg csoportos foglalkozás keretében.

6. feladat

Az akciós időszakban sokféle típusú, méretű és áru termék szerepel. Vannak, amelyek olyan kedvező árban vannak, hogy bevonzzák a vásárlókat és nagy mennyiségben vásárolnak belőle. A kihelyezést – minden akciós árut figyelembe véve – jelentős előtervezésnek kell megelőznie. Megoldásként néhány szempont:

- Ha az áru rendkívül kedvező árban van és nagy mennyiségű fogyás várható, akkor célszerű frekvenciális helyre kihelyezni, nagy mennyiségben. Ilyen hely lehet például a bejárat közeli rész és raklapos kihelyezéssel.
- Ha kiárusításra váró, vagy nehezen fogyó termékről van szó, akkor mindenképpen olyan helyre rakjuk ahol a vevő "belebotlik". Így esélyt adunk arra, hogy a vevő megszemlélje az árut és eldöntse kíván-e vásárolni belőle.
- A napi fogyasztási cikkek (például kenyér) nem szükséges másodlagosan kihelyezni. A vásárló szokott helyén is megtalálja és megveszi.
- A nagy méretű és a normál helyén nehezen utántölthető árukat célszerű másodlagos kihelyezésbe rakni. Ilyen például a mosópor, az 5 literes étolaj, WC papír, stb.

A szakmai gyakorlat során figyeljék meg, hogyan helyezik ki az akciós árukat. Az órai foglalkozás keretében gyűjtsék össze a tapasztalatokat, ötleteket. Beszélgék át azt is, hogyan lehet megvalósítani a jó ötleteket. Minél több termékre és minél többféle megoldást soroljanak fel.

7. feladat

A kóstoltatáshoz a nyitás előtt érdemes előkészíteni a kóstoltatni valót. A száraz kolbászt kockákra, vagy karikákra kell vágni. Az előkészített mennyiség annyi legyen, amennyi vásárló az adott műszakban vásárolni szokott. Kóstolni általában többen szoktak, mint ahányan vásárolnak a pultnál. A kolbász kóstoltatáshoz javasolt kenyeret is készíteni, mivel nem mindenki szereti magában megenni. A kiszolgálás közben a kóstoltatás rendkívüli figyelmet és összpontosítást igényel, mivel nem csak a pultnál vásárlókat kell megszólítani, hanem az előtte elmenőket is.

Ha a szakmai gyakorlat során lehetőségük van rá, akkor végezzenek kóstoltatást. Ha nincs, akkor csoportos gyakorlat keretében, valóságos termékkel, szituációs játék keretében próbálják ki.

8. feladat

A bolt és az áru sajátosságától függ, hogy hogyan árazzák be a termékeket, Használhatnak árazógépet, polccímke nyomtatót, számítógépet. Az árellenőrzés történhet a pénztárgépen, árleolvasó készüléken, amely lehet falra szerelt az eladótérben, vagy kézi.

Gyűjtsék össze, hogy a szakmai gyakorlati helyen milyen eszközöket használnak. A gyakorlati helyen próbálja ki azok használatát.

9. feladat

Az akció szervezését és lebonyolítását időben kell elkezdeni. Minden szükséges eszköznek és erőforrásnak a megfelelő időben rendelkezésre kell állnia. Az akciók kihelyezését a rendelkezésre álló rövid idő miatt rendkívül intenzíven kell végrehajtani. Ahhoz, hogy a lebonyolítás megfelelő legyen fontos az egyértelmű vezetői utasítások sorozata. Azt az eladóknak meg kell érteni és a szerint kell eljárni. Csak abban az esetben lehet önálló elképzelés, ha azt a vezető megengedi. A kihelyezés "kísérletezgetés" időigényes, ami az akciókezdés sikertelenségét okozhatja, az eladók számára pedig stresszt okozhat.

Figyelje meg a szakmai gyakorlati helyén, hogy az akció lebonyolítását hogyan valósítják meg a bolt dolgozói. Tapasztalatait mondja el az órai munka keretében és beszéljék meg, hogy mit ítélt jónak, és mi az, amin változtatna.

Beszéljék meg azt is, hogy milyen okokra vezethető vissza egy sikeres és egy sikertelen akció lebonyolítása.

10. feladat

Az akció termék beárazása során különösen fontos szempont, hogy az ár egyezzen meg a hirdetésben szereplő árral. Figyeljen arra, hogyha a bolt vezetése által biztosított listából dolgozik, akkor az ott feltüntetett árak egyeznek-e például az akció újságban meghirdetett árral. Hibát azonnal jelezni kell a bolt vezetésének.

Figyeljen arra, hogy a megfelelő, az akcióban meghirdetett terméket árazza be és ne egy hozzá hasonlót.

Ha az ár a termékre kerül rá, akkor figyeljen rá, hogy az ne takarjon el semmilyen lényeges, fogyasztóvédelem által kötelezően előírt tájékoztatót. Ilyen például: a termék megnevezése, a magyar nyelvű tájékoztató szöveg és a minőség-megőrzési idő is.

MUNKANYELV

ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK

1. feladat

Ön eladóként dolgozik egy élelmiszer kiskereskedelmi boltban. Egy nagyobb szállítmány joghurt érkezett be vegyes ízben egy hete. Teljesen ismeretlen a márkája a magyar vevők számára és alig vásároltak belőle. Már csak egy hétig őrzi meg a minőségét. A felettese megkereste azzal, hogy találjon ki valamit, hogyan tudnák eladni. Nem szeretné, ha egy hét múlva az egészet ki kellene dobnia. Milyen javaslatai lennének az értékesítésre az elkövetkezendő egy hétben?

2. feladat

Ön egy hipermarketben dolgozik. Szezonkezdő akciót készítenek elő. A felettese az üzlet dolgozóira bízta, hogy olyan dekorációt készítenek, ami illik a szezonhoz. Bármilyen jó ötletet megvalósíthatnak. Egy kérése van, hogy a fogyasztóvédelmi elvárásoknak megfeleljen a kihelyezés, kivitelezés. Mik azok a feltételek, amiket mindenképpen szem előtt kell tartaniuk?

3. feladat

Miért fontos, hogy az eladók tájékozódjanak, megismerjék az aktuális akcióban szereplő termékek vagy szolgáltatások körét?

4. feladat

Ön eladóként dolgozik egy kiskereskedelmi üzletben A bolt egy üzlethálózat része. Az akciós áruk körét, azok árát és a kezdő készletet, az akciós időszakot, az akció célját a központi beszerzés határozza meg. Az akció lebonyolításának melyik fázisaiban tudja leghatékonyabban kivenni a részét?

5. feladat

Miért fontos, hogy az akciós áru előkészítése a bolt nyitva tartási ideje alatt ne az eladótérben, hanem a bolt "hátsó területén" történjen?

MEGOLDÁSOK

1. feladat

A vásárlók a terméket nem ismerik, valószínűleg ezért nem vásárolják. Az alkalmazott akciós módszerek célja ezért elsősorban a megismertetés. A kóstoltatás a legkönnyebb módja annak, hogy a vásárlók élményszerű tapasztalatot szerezzenek a termékről, annak ízéről. Ha ízlik nekik, nem fognak idegenkedni a vásárlástól. A kóstoltatás akkor lesz hatékony, ha kihelyezett áru közelében történik, így ha a vásárló venni szeretne belőle, nem kell keresgélnie.

Ha a felettes nem szeretne az áruból kóstoltatási veszteséget sem, akkor az árukihelyezés változtatása lehet egy másik megoldás. Ha van mobil hűtő, akkor azt frekventált helyre kell rakni, ahol a vásárló "belebotlik". Erre a legjobb a bejárat és a kasszazóna területe. Az áruhoz érdemes figyelemfelkeltő tájékoztató táblát helyezni, amin a kötelező tartalmi elemeken túl olyan kép vagy grafika is szerepel, ami felkelti a vevő kíváncsiságát a termék iránt.

Ha nem áll rendelkezésre mobil hűtő, akkor a helyén is hagyhatjuk a terméket, de figyelemfelhívó táblát több helyre is helyezzük ki az üzletben. Ekkor a táblán egyértelmű iránymutatás is javasolt, aminek segítségével a vevő könnyen megtalálja az árut.

Ha lehetőség van rá, akkor padlóreklámot is alkalmazhatunk. A padlóra öntapadós matricát ragasztanak, amely a különféle bonyolultságú és kivitelű lehet. A legegyszerűbb formája például a bejáratától a termékig mutató nyilak sorozata.

Az árcsökkentés is megoldás lehet. Bár ez a legelterjedtebb megoldás a minőség- megőrzési idő végéhez közeledő termékeknél, de a fentiekből látszódik, hogy nem az egyetlen. A fentiek ötvözését is lehet alkalmazni, ami még hatékonyabbá teheti az értékesítést.

2. feladat

A válaszban az alábbi főbb szempontok szerepeljenek: a tájékoztató tábla tartalma tartalmazza a megnevezést, régi árat, új árat, ha szükséges az egységárat, az akciós időszakot és minden olyan információt, amit az áruhoz a jellegénél fogva kötelező kiírni. Az áru legyen a megfelelő árral beárazva. Ha polccímként helyeznek ki, akkor annak tartalma szintén egyezzen meg a kötelező előírásoknak. Az ár feltüntetése a dekoráció ellenére se maradjon el és egyértelműen beazonosítható legyen a termék. A dekoráció ne akadályozza meg az áru egyértelmű beazonosíthatóságát. A dekoráció úgy legyen elkészítve, hogy ne gátolja és ne nehezítse meg az áruhoz való hozzájutást, azaz a vásárlást.

3. feladat

A tájékozódásnak két szempontból is jelentősége van. Az akció lebonyolítása során az eladóknak tisztában kell lenniük, hogy mit, mikor és hogyan kell elvégezniük. A másik szempont pedig, hogy a vásárlók elvárják azt, hogy az eladók tisztában legyenek az akciós termékekkel és tájékoztatni tudják őket azok helyéről, áráról, az akciós időszakról, a szolgáltatások köréről.

4. feladat

A feladat megoldása akkor helyes, ha az alábbiak szerepelnek benne:

- a szezonvégi kiárusítás előkészítése, kihelyezése,
- A kóstoltatásban vagy árubemutatásban való közreműködés,
- az eszközök meglétének és működőképességének ellenőrzése,
- az áru-kihelyezési tervre javaslattevés,
- a helyi sajátosságnak megfelelő tájékoztató táblák, stb. elkészítése, kihelyezése,
- a rendelési mennyiségre javaslattevés,
- a nagyobb mennyiségű áru átvételéhez és tároláshoz a hely biztosítása (raktári rend),
- az akciós termékek beárazása,
- a korábbi akciós termékek visszahelyezése, vagy visszárujuk előkészítése,
- az akciós áru előkészítés és azt követően kihelyezése az eladótérbe,
- ellenőrizni, hogy az akcióban meghirdetett áru vagy szolgáltatás valóban a hirdetés szerint kerül forgalomba a fogyasztóvédelmi előírásoknak megfelelően. Az eltérés azonnali jelzése a vezető felé.
- folyamatos árutöltés,
- A kihelyezést – főleg a másodlagos kihelyezést – karban kell tartani, hogy az akció teljes időszaka alatt

5. feladat

Az eladótérben való előkészítés gátolja a vevőt a vásárlásban. Az előkészítés nagy területet foglal le és közben különféle hulladékok keletkeznek, ami balesetveszélyes az ott közlekedő vásárlóra nézve. Szintén balesetveszélyt jelent a másodlagos kihelyezés eszköze, ha az a közlekedő úton van – akár csak átmenetileg is – lerakva. A vásárlóban visszatetszést vált ki, ha olyan események történnek az eladótérben, amik nem a szabályos értékesítés részei.

IRODALOMJEGYZÉK

FELHASZNÁLT IRODALOM

[http://www.nfh.hu/informaciok/hirek/hirarchivum/husvet.html?query=akci%C3%B3s term%C3%A9k](http://www.nfh.hu/informaciok/hirek/hirarchivum/husvet.html?query=akci%C3%B3s%20term%C3%A9k), 2010.09.06.

AJÁNLOTT IRODALOM

MUNKANYAG

A(z) 0007-06 modul 025-ös szakmai tankönyvi tartalomeleme felhasználható az alábbi szakképesítésekhez:

A szakképesítés OKJ azonosító száma:	A szakképesítés megnevezése
31 341 01 0010 31 02	Élelmiszer- és vegyiáru-eladó
52 341 05 0100 52 02	Élelmiszer- és vegyiáru-kereskedő
52 341 05 1000 00 00	Kereskedő

A szakmai tankönyvi tartalomelem feldolgozásához ajánlott óraszám:
20 óra

MUNKANYAG

MUNKANYAG

A kiadvány az Új Magyarország Fejlesztési Terv
TÁMOP 2.2.1 08/1-2008-0002 „A képzés minőségének és tartalmának
fejlesztése” keretében készült.

A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap
társfinanszírozásával valósul meg.

Kiadja a Nemzeti Szakképzési és Felnőttképzési Intézet
1085 Budapest, Baross u. 52.

Telefon: (1) 210-1065, Fax: (1) 210-1063

Felelős kiadó:
Nagy László főigazgató