



Varga Andrea

Milyen szempontokat kell figyelembe
venni az áruk eladótéri
kihelyezésénél?



A követelménymodul megnevezése:
Az áruforgalom lebonyolítása

A követelménymodul száma: 0004-06 A tartalomlelem azonosító száma és célcsoportja: SzT-017-30



AZ ÁRUKIHELYEZÉS SZABÁLYAI

ESETFELVETÉS – MUNKAHELYZET

Az üzletében új tanuló érkezik. Önt választják meg tanulófelelőssé. Segítenie kell, hogy megismerje az árukihelyezés legfontosabb szempontjait. Ahhoz, hogy ezt valóban megismerje, először gyűjtse össze a legfontosabb berendezési tárgyakat az eladótérben, majd foglalja össze, milyen szempontokat tartana fontosnak az áru kihelyezésénél, ahhoz hogy minél nagyobb forgalmat érhessen el az üzletük. A legfontosabb berendezési tárgyak nevét az alábbi helyre írja le!

Az Ön véleménye szerinti legfontosabb szempontokat, melyeket az árukihelyezésnél fontosnak tart, az alábbi helyre írja le!

A leírtakat beszélje meg szaktanárával, és szükség esetén egészítsék ki azokat!

SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM

AZ ÜZLETEK LEGFONTOSABB BERENDEZÉSI TÁRGYAI

Az eladóter berendezési tárgyai függnek:

- Az alkalmazott értékesítési módtól,
- Az értékesítendő árucikk jellegétől,
- Az üzlet elhelyezkedésétől,
- A vevőkör igényeitől.

A berendezési tárgyak nagyon fontosak az áruk eladótéri elhelyezésében. Alkalmasnak kell lenniük arra, hogy az árut biztonságosan tárolják, minőségüket megóvják és előnyösen mutassák be az árut a vásárlóknak. Ezért anyaguknak, formájuknak, méretüknek az üzlet kínálatához, választékához kell, hogy igazodjanak. A berendezés kialakításánál ügyelni kell arra is, hogy igazodjon az árucikkek mellett a vevőkör igényeihez, a vásárlás körülményeihez.

A legjellemzőbb berendezési tárgyak a kereskedelmi egységekben:

- **Polc:** a leggyakrabban alkalmazott berendezési tárgyak egyike az eladóterben. Mindegyik kereskedelmi egységben alkalmazható.



1. ábra. Polcrendszer

- **Gondola/kétoldalas polc:** kétoldalas polcok, melyek leggyakrabban élelmiszerek tárolására használnak, de más üzletekben is előfordulnak. Akár kicsi, akár nagy alapterületű kereskedelmi egységben is használhatók.



2. ábra. Gondola¹

- **Vitrinek:** apróbb műszaki cikkeket, bizsukat, ékszereket mutatnak így be a vásárlóknak az üzletekben.



3. ábra. Vitrin

- **Pultok:** A pultok a legjellemzőbb berendezési tárgyai a hagyományos értékesítési módnak. Ezeken keresztül történik az áru bemutatása, becsomagolása.

A pultok lehetnek:

¹ <http://yesgroup.com.my/catalog/Storage-System/Gondola-System/> (2010. augusztus 22.)

- **Hűtőpultok:** Többek között a friss húsok és húskészítmények, a tej és a tejtermékek hűtése elemi igény a legkisebb üzletben is. Erre ad megoldást többek között a csemegepult is.



4. ábra. Hűtőpult

- **Angolfiókos pultok/ üveges pult:** ékszerek, apró áruk bemutatására alkalmas berendezési tárgy. Lépcsőzetes kialakítása lehetővé teszi, hogy egyszerre több terméket is megnézhesen a vásárló, mert a pult legfelső lapja üvegből van és ezen keresztül tetszetősen tárul elé az áru látványa.



5. ábra. Üveges pult²

² <http://auxx.hu/aukciok/elado-pult-3-reszes-0000537486> (2010. augusztus 22.)

Ezekon kívül segítik még az áruk esztétikus, praktikus és higiénikus kihelyezését a sztenderek, textilhenger tartó polc, akasztós fal, faliállványok, forgóállványok, mintafalak, stb.

AZ ÁRUK ELHELYEZÉSE AZ ELADÓTÉRBE

Az áruk értékesítésre való előkészítésének utolsó szakasza az áruk kihelyezése az eladótérben. Az eladótéri elhelyezést úgy kell megoldani, hogy az a termék forgalomképességét javítsa. Mindig tiszta, kifogástalan minőségű áru kerüljön az eladótérbe. Az eladótérben a teljes választékot be kell mutatni. Az árukat úgy kell elhelyezni, hogy a vevők számára könnyen elérhetőek legyenek. Az állványok, gondolák, hűtőpultok között elengedő helyet kell biztosítani, hogy a bevásárló kocsival a vásárlók könnyen elférjenek. Az árukat jellegüknek, vagy a keresletnek megfelelően szükséges csoportosítani.

Az áruk eladótérben való kihelyezésénél több szempontot kell figyelembe venni:

1. Az áru jellegét, csomagolását.

Az előrecsomagolás nélküli árusított termékeket úgy kell elhelyezni az eladótérben, hogy azok jól láthatóak legyenek méret, funkció, vagy szín szerint csoportosítva.



6. ábra. Szín szerinti csoportosítás egy ruházati üzletben³

³ <http://budapest.olx.hu/uzletberendezes-elado-hasznalt-iid-80548861> (2010. augusztus 22.)

Az előrecsomagolt árukat is külön csoportosítva a többi ömlesztett vagy darabáru mellett találhatjuk. (pl: sajtoknál). Fontos még, hogy az előrecsomagolt árut úgy kell kihelyezni, hogy a csomagolás figyelemfelkeltő elemei és a rajta szereplő információ érvényesülni tudjon. Az előrecsomagolás nélkül árusított termékeket (például: cipő, ruha, műszaki cikkek), úgy kell elhelyezni, hogy az áru használat szempontjából fontos tulajdonságai érvényesüljenek. Látható legyen pl.: a ruha szabása. A zöldségeket, gyümölcsöket átválogatva, kosarakba, ízlésesen kell elhelyezni.



7. ábra. Zöldség- gyümölcs kihelyezése⁴

A sajtokat lehet fatálakon, darabolva, esetleg szőlővel, dióval elrendezni.

A felvágottakat szeletelve, vagy vágási felülettel mutatva természetes fénynél mutassuk be.

⁴<http://www.mpreis.at/unternehmen/presse/aussendungen/eroeffnung-ibk-ursulinhof/index.htm?type=1> (2010. augusztus 22.)



8. ábra. A felvágott vágási felülete⁵

A ruházati cikkeknel lehet esetleg szín szerint, vagy méret szerint kihelyezni az árut, mellyel megkönnyíthető a vevő választása. A bútorokat, lakástextíliát élethű környezetben célszerű bemutatni.



9. ábra. Gyerekszoba bútor⁶

2. Az alkalmazott értékesítési módot.

5

http://www.hirado.hu/Hirek/2010/04/20/10/Kutyahus_es_csirkeszem_Megdobbento_tevhit_ek_a_felvagottakrol.aspx (2010. augusztus 22.)

⁶ <http://www.otthontudos.hu/cikkek.php?kat=3&pos=30&hid=600> (2010. augusztus 22.)

Értékesítési módonként eltérő lehet az üzlet berendezési tárgyainak választéka, ami befolyásolja az árukihelyezés rendszerét is. (következő részben részletesebben kifejtve)

3. Az áru keresettségét, ismeretségét.

A gyakran keresett termékeket (pl.: kenyér) célszerű távol a bejáratától, az üzlet legtávolabbi részébe elhelyezni, hogy a vásárló oda is eljusson, ahova eredetileg nem tervezte. Az inkurrens (nehezen értékesíthető) termékeket célszerű kiemelt területen elhelyezni, hogy szembetűnő legyen, és kedvet kapjon hozzá a vásárló. Az akciós termékeket állványokon, az üzlet bejáratánál helyezhetjük el, hogy ezzel is fokozzuk a vevő vásárlási kedvét. A forgalom nőhet még akkor is, ha az egymást kiegészítő termékek egymás mellé kerülnek. Például, ha száraztészták mellé szószokat, esetleg fűszereket helyezünk el, vagy, ha táskák mellé pénztárcát, neszesszert, esetleg kulcstartót helyezünk el, felhívjuk erre is a vásárló figyelmét.



10. ábra. Figyelemfelkeltő árukihelyezés⁷

4. A kereskedelmi vállalkozás üzletpolitikai célkitűzéseit.

Az üzlet üzletpolitikai célkitűzése lehet egy-egy árucsoport forgalmának kiemelt növelése. Ennek oka lehet, hogy csökkenteni szeretné felhalmozódott készletét, esetleg egy új terméket akar megismertetni a vásárlókkal, vagy a szezonális ingadozásokat akarja mérsékelni. Azokat a termékeket, melyeket gyorsan szeretnének eladni célszerű több helyen kirakni, ha állványon bemutatathatók, akkor szemmagasságban elhelyezni. Emellett sikeres lehet az adott termékből árubemutatót, vagy kóstolót tartani, az eladóter egy elkülönített részén.

⁷ <http://cbasztrada.hu/kepek.php?id=37> (2010. augusztus 22.)

5. *Munkaszervezési szempontokat.*

A raktárakat úgy kell kialakítani, hogy az eladótérrel valamelyest megegyezzen az elhelyezkedése, tudjuk, hogy hol keressük a termékeket az árufeltöltéshez, ez meggyorsítja a feltöltési munkát. De egyéb szempontokat is figyelembe veszünk a raktári elhelyezésnél, hogy az utánpótlás gördülékenyen menjen. Például: nehezen mozgatható, gyorsan fogyó árut raktár bejáratához célszerű elhelyezni.

6. *Vevőkényelmi szempontokat.*

Fontos szem előtt tartani az árukihelyezésnél, hogy a vevők kényelme nagyon fontos. Ezt úgy érhetjük el például, hogy a nehéz árut alsó polcra, közel a pénztárhoz tesszük. A törékeny árukat lehetőleg az állványok magasabb polcain kell elhelyezni, mert így biztonságosabb a fogásuk. Az árukat csak olyan magasságig szabad felrakni, hogy a vevő kényelmesen elérhesse.

7. *Az áru minőségének megőrzését és védelmét.*

Figyelnünk kell arra, hogy az áruk a tárolás során átvehetik egymás ízét, illatát, hőmérsékletét, színét, stb. A nem megfelelő áruszomszédságot ki kell küszöbölni. A nem megfelelő áruszomszédságot ki kell küszöbölni. Biztosítani kell az áruk jellegének megfelelő fényviszonyokat, hőmérsékletet, páratartalmat. A szakosított tárolás ebben nyújt segítséget.

8. *Vagyonvédelmi szempontokat.*

A nagy értékű, kis terjedelmű árukat zárt pultokban, vitrinekben célszerű tartani. Az önkiszolgáló értékesítés esetén a könnyen eltulajdonítható, értékesebb aprócikket célszerű a pénztár közelében elhelyezni.

AZ ÁRUKIHELYEZÉS SZEMPONTJAI AZ ALKALMAZOTT ÉRTÉKESÍTÉSI MÓDOK JELLEMZŐINEK FÜGGVÉNYÉBEN

Az árukihelyezés bolton belül sok mindentől függ. Meghatározó lehet a bolt alapterülete, tagoltsága, beláthatósága, stb. Fontos szempont az alkalmazott értékesítési forma, hiszen ennek megfelelően bútorokra, berendezési tárgyakra van szükség. Önkiszolgáló értékesítési mód esetében meg kell határozni a vevő áramlás útvonalát is. Az állványokon belüli elrendezés kétféle lehet: *vertikális* vagy *horizontális*:

- A **vertikális** áruehelyezés azt jelenti, hogy a termékcsoporthoz tartozó áruik egymás alatt függőlegesen helyezkednek el.
- A **horizontális** áruehelyezés, a termékek vízszintes kihelyezését jelenti, vagyis egymás mellett sorakoznak az áruk.

Hagyományos értékesítési mód: Ezen értékesítési mód a legrégebbi, a legősibb hagyományokkal rendelkező módszer. Az eladó személyes kapcsolatba kerül a vevővel. Az értékesítés egésze az eladó feladatai közé tartozik. Üdvözli a vevőt, az árut bemutatja, az ellenértéket elszámolja és becsomagolja az árut). Ez az értékesítési mód a legmunkaigényesebb. Az üzlet legjellemzőbb berendezési tárgya a pult, amin keresztül maga az értékesítés folyik. Általában olyan termékek értékesítésénél alkalmazzák, ahol szükség van a kereskedő szakértelmére az áru bemutatásánál. Esetleg mérést, darabolást igénylő termékek. Indokolhatja ezt az értékesítési módot az üzlethelyiség kis alapterülete, vagy ha nagy értékűek a termékek. Az áru kihelyezése főleg a pult mögötti polcokon, vitrinekben, állványokon van elhelyezve. Nagyobb értékű, kis terjedelmű termékek esetében (pl.:ékszerek) angolfiókos vitrinben tekinthetők meg a vásárlók számára.



11. ábra. Ékszerbolt⁸

Önkiszolgáló értékesítési mód: Az egyik legelterjedtebb értékesítési mód. Olyan termékek értékesítésénél alkalmazható, ahol a vevő önállóan tudja a terméket mozgatni. A csomagolásuk, felirataik, külső megjelenésük is segítséget kell, hogy nyújtsanak a vevőknek. Polcokon, gondolákon, többnyire előrecsomagolt formában vannak kihelyezve a termékek. Nem alkalmas mérést, darabolást igénylő termékek értékesítésénél. Akkor sem, ha a termék bemutatásához fontos az eladó szakértelme. Az önkiszolgáló értékesítési mód lehet:

- Zártpályás: Ilyenkor úgy helyezik el az állványokat, berendezési tárgyakat, amivel meghatározzák a vevő útvonalát. Figyelembe veszik ugyanakkor az eladásösztönzést (pl.: szemmagasság, keresett áruk bejárattól messzebb, stb.) és a vagyonvédelmi szempontokat is. Az eladóteret úgy célszerű berendezni, hogy lehetőleg minden pontja jó látható legyen.
- Szabadpályás: A berendezések nem jelölnék ki egyértelműen vevőáramlási útvonalat. Főleg áruházakban alkalmazzák.

⁸ <http://ekszerszeged.hu/> (2010. augusztus 22.)

Önkiválasztó értékesítési mód: Azon árucikkeknel alkalmazták, ahol a vevők nehezebben döntenek. Több üzletben körbenéznek. Ilyenkor az árubemutató a leghosszabb szakasza az értékesítésnek. Ilyen termékek:

- Ruházati termékek,
- Lakberendezési cikkek,
- Konyhafelszerelési cikkek, stb.

A vevők részben igénylik az eladó segítségét, ezért az eladóteremben állványokon, szenderekben, polcokon kihelyezett termékek közül önállóan, „önkiszolgálóan” választhat.



12. ábra. A vevő szabadon válogathat⁹

Minta utáni értékesítési mód: Nagy terjedelmű, tartós fogyasztási cikkek értékesítésénél alkalmazzák. A vevők itt is közvetlenül megismerkedhetnek az áruval. Az eladó segítségét itt is igénybe vehetik az ajánlaskor. Az árut úgy helyezik ki, hogy úgy mond élethű környezetet biztosítsanak köré. Például egy szekrényt úgy helyeznek ki, hogy tesznek elé dohányzóasztalt, mellé fotelt, stb. Ezzel ösztönzik a vevőket vásárlásra és ezzel könnyítik meg ugyanakkor döntését is.

Az áru eladótéri elhelyezéséhez kapcsolódó kifejezések:

Polctükör:

⁹ <http://budapest.olx.hu/uzletberendezes-elado-hasznalt-iid-80548861> (2010. augusztus 22.)

A nagyobb vállalkozások boltjainál alkalmazott áru kihelyezési terv, boltok arculatának egységességét segíti elő. Ha a vevő egy áruházlánc bármelyik boltjában vásárol az országban, mindig ugyanazon a helyen találja meg az egyes árukat. Így segítik a vevőt az eligazodásban. A rakodási tervet számítógépes programmal készítik, ami figyelembe veszi az adott alapterületet, rakodási felületet, eladásra szánt cikkek számát, méretét, stb. Polctükör alkalmazása esetén a programtól eltérni nem szabad, mert akkor felborul a rend. Gyakori, hogy, ha egy termék kifogy, annak a helyét üresen hagyják, nem tesznek oda más árut. A polctükör jó szolgálatot tesz még a gépi megrendelések készítésekor és leltározáskor. A gépben levő cikklista szerint haladhatunk, és csak a mennyiségeket kell bevinni a gépbe.

Másodlagos árukihelyezés:

Ha egy áru a bolton belül még egy helyre kirakásra kerül. (például: akcióknál)

Polcbérlés:

Azt jelenti, hogy a szállító a bolton belül, saját termékei garantált forgalmazása érdekében helyet bérel, vagyis fizet azért, hogy áruját kitehesse. Ezeket a polcokat az alkalmazásukban álló polcszervizesek töltik fel, de ha gyorsan fogy az általuk kihelyezett termék, akkor az üzlet dolgozói is utántölthetik. A polcszervizesek rendszeresen ellenőrzik a termékeiket és pótolják azokat. A helyükre más terméket sohasem szabad kitenni.

Polcszervíz:

„Akár 10%-kal is nőhet a forgalom pusztán attól, ha a polcon a vevő mindig mindent megtalál, és minden terméket olyan mennyiségben láthat, ami már pusztán megjelenésével eladja magát. Eladni csak teli polcokról lehet! A teli polcokat, a rendezett bolti képet, a polctükör pontos betartását csak a megfelelő polcszervíz, avagy idegen kifejezéssel élve merchandising tudja biztosítani. Ha a polc kellő mennyiségű áruval van feltöltve, nincs kieső forgalom amiatt, hogy a vevő nem találja meg, amit keres, vagy nem veszi észre a polcon maradt árválkodó darabokat. A polcszervíz vagy merchandising feladatok az áruházi, bolti polcok feltöltését jelentik, annak megfelelően, ahogyan azt az áruház elképzelte, vagyis az előre meghatározott helyekre való árufeltöltést. A helyek kiosztása a polctükör szerint történik.”¹⁰

¹⁰ <http://www.tercio.hu/polcszerviz.html> (2010. augusztus 22.)

IMPULZÍV VÁSÁRLÁS

Az árubemutatás az értékesítés egyik leglényegesebb mozzanata. Az árubemutatásnak két formája lehet: személyes és személytelen árubemutatás. A személyes árubemutatás az eladó közreműködésével történik. Ilyenkor az eladó felméri a vevő vásárlási szándékát, majd ezután a vevő igényeinek megfelelően bemutatja a terméket. Ez a folyamat nagyon eltérő lehet a különböző áruféleségek esetében (például, ha a vevő kér 15 dkg trappista sajtot, akkor nem kell az eladónak hosszadalmasan bemutatnia azt, mert feltehetően a vevő ismeri az árut.) Más a helyzet, ha a vevő nem egy meghatározott árucikket kér, hanem az értékesítési folyamat során alakul ki konkrét vásárlási döntése. Ilyenkor több választékelem bemutatásával kell döntését elősegíteni. Az árubemutatás személytelen módja tulajdonképpen a termékek árubemutató berendezéseken történő elhelyezése, oly módon, hogy az áru önmagát adja el. A kihelyezésnél el kell érni, hogy az áru önmagát adja el. A kihelyezésnél el kell érni, hogy az áru megjelenésével, csomagolásával, színeivel felhívja magára a figyelmet, s lehetőleg ösztönözze az impulzív vásárlásokat.

Impulzív vásárlásnak nevezünk azon vásárlásokat, melyek eredetileg nem álltak a vevő szándékában.

Ilyenkor a vevők az árurol szerzett kedvező benyomások, impulzusok alapján hirtelen hozzák meg vásárlási döntésüket. Gondoljunk csak arra, mikor egy pékség előtt megyünk el, s az illatok hatására betérünk az üzletbe, hogy vásároljunk, pedig eredetileg nem volt szándékunkban.

ÉRDEKESÉGEK A TÁROLÁSRA, ILLETVE AZ ÁRUKIHELYEZÉSRE VONATKOZÓAN

A JÓ BORHÚTÓ JELLEMZŐJE A borhűtőben a palackok fektetve helyezhetőek el. Esetenként szükség lehet arra, hogy egy-egy palackot állítva vagy döntve mutassunk be. A tartós tárolás azonban csak a fektetett állapotban javasolt. A legjobb borhűtők 12-13 Celsius-fokon tartják a hőmérsékletet, kombinálva az egyes borok által igényelt hőmérséklettel. A hőmérséklet-ingadozás rontja a borok minőségét. A legtöbb gyártó egy téren belül több hőmérsékleti zónát alakít ki. A legjobb megoldás, ha a különböző hőmérsékletű tereket elválasztjuk egymástól. A bemutatásra szolgáló borhűtő ajtaja UV-védett üvegből készüljön, vagy utólagosan fóliázzuk le az üvegajtót.¹¹

¹¹ Hu-Mago Kft_ Hírlevél – 2009_július.mht (2010. augusztus 22.)

TEJTERMÉKEK ELHELYEZÉSE FALI REGÁLBAN

Ötletek, tippek kicsiknek: A tej és a tejtermékek kihelyezése kötött, mivel hűtőt igényelnek. A tejtermékhűtő mindenképpen a bolt egyik forró pontja, hiszen a benne szereplő kategóriák fontos szerepet töltenek be az 51–200 négyzetméter alapterületű boltok forgalmában.

Tejtermékhűtőn belül az érintett kategóriák sorrendje: tejföl, kefir, natúr joghurt, gyümölcsjoghurt, hűtött szeletes édesség és egyéb hűtött desszert. Az ACNielsen szakértői az érintett tejtermék-kategóriák értékben mért és mennyiségi (csomagolási egység) eladása alapján hárommodulos kihelyezést elemeztek a tejtermékhűtőben. Hűtést nem igénylő termékekkel ne vegyünk el értékes helyet a tejtermékhűtőből. (Azonban például a kis kiszerelésű, de hűtést nem igénylő, szívószálas natúr és ízesített UHT-tejes italokat indokolt lehet a hűtőben elhelyezni, mivel ezeket a termékeket a vásárlók leggyakrabban a távozáskövetően elfogyasztják.) A hűtött desszertek vásárlás utáni elfogyasztásánál problémát okozhat, hogy nincs kiskanál. Ha műanyag kiskanalak vásárlását is biztosítjuk a hűtő közelében, biztosan pozitívan befolyásoljuk a kategória forgalmát. Nagyon fontos a termékek lejáratí idejének folyamatos ellenőrzése az árufeltöltés során (elől mindig a korábban lejáró termékek legyenek).¹²

Használjuk ki az eladótér adottságait

Az 51–200 m²-es boltok viszonylag kis felületen kényszerülnek megjelentetni választékukat. Üzletvezetőik arra törekednek, hogy kihasználják az üzlet minden egyes pontját. Javasoljuk, hogy a boltban az árukihelyezésre alkalmas bútorok "vezessék" végig a vásárlót a bejáratától a pénztárig – optimális esetben minden kategórián. Ha ez nem megoldható, a biztosan felkeresett pontok között vezető utak legyenek minél hosszabbak. Például egy boltban a vásárlók többsége biztosan felkeresi a következő pontokat: bejárat – pékárú – pult – tejhűtő – pénztár. Ezeket úgy helyezzük el az eladótérben, hogy amikor a vásárló felkeresi őket, útközben találkozzon a boltban található minél több kategóriával.¹³

Összefoglalás és egyben válasz az esetfelvetésre

Általános szabályok, melyeket a bolt méretétől függetlenül érdemes betartani.

FIFO elv (First in First out) – a legrégebben beérkezett (legrövidebb szavatosságú) készletet helyezik ki először a polcra, majd ezt követően teszik ki az újabban érkezett árut

A **bejárat közelébe** lehetőleg ne tegyünk olyan termékeket, melyek nézegetésével a vevők elállják az utat és akadályozzák a többi vevőt.

¹² Hu-Mago Kft_ Hírlevél – 2009_július.mht (2010. augusztus 22.)

¹³ Hu-Mago Kft_ Hírlevél – 2009_július.mht (2010. augusztus 22.)

A **napi cikkek**et (kenyér, tej, tejtermék stb.) tegyük a bolt legtávolabbi részére, hogy a vevőt rákényszerítsük arra, hogy a boltot végig menjen. Ezt egyenes úton tehesse meg, de közben jobbra, balra „eltévedhessen” és más árukat is meglátogasson.

Amely termékekre szeretnénk felhívni a vásárlók figyelmét, azokat célszerű sorvégekre, a pultok közelébe, a pénztárakhoz kitenni.

Pénztárak közelébe célszerű kihelyezni a kisebb terjedelmű, de drágább termékeket.

Az áruk arccal előre nézzenek, hogy ha a vásárló elveszi az elsőt, akkor a következő vevő is a főoldalát láthassa a termékeknek.

A **polcokon** alulra helyezzük a nagyobb, nehezebb árukat (pl.: mosóporok, nagyobb kiszerezésű étolaj, stb.), a középső polcokra a gyakran keresetteket (kurrens termékeket), míg legfelülre a ritkábban keresett árukat helyezzük (pl.: drága italok, desszertek, stb.).

Az **értékcsökkent áruk** kihelyezése is a többitől elkülönítve legyen. Jól láthatóan jelölni kell, hogy a termékek azért olcsóbbak a többinél, mert a minőségük is más (például: hamarosan lejár a minőség megőrzési ideje).

Diabetikus áruk kihelyezésénél ügyelni kell arra, hogy az ilyen termékek egy helyen, a többi árutól elkülönítve legyenek. Ezt a szabályt a cukorbeteg emberek érdekében kell betartani. Nekik fontos, hogy még véletlenül se vásároljanak olyan árut, amit nem fogyaszthatnak el.

Szállítók szerinti, vagy **termékcsoportonkénti** rakodás azt jelenti, hogy az egy gyártótól származó termékeket egy helyen mutatják be.

TANULÁSIRÁNYÍTÓ

Az alábbi kérdések megválaszolása, illetve a feladatok megoldása hozzásegíti Önt, hogy az elsajátított ismeretek birtokában képes legyen az áruk eladótéri kihelyezésére úgy, hogy tudatosan figyelembe veszi az azt befolyásoló tényezőket. A kérdések megválaszolásához információkat gyűjthet a gyakorlati munkahelyén és felhasználhatja tapasztalatait, megfigyeléseit.

1. feladat

Rajzolja le a gyakorlati munkahelyének alaprajzát és rögzítse benne a berendezési tárgyak helyét! Jelölje be a vevőáramlás útvonalát!



2. feladat

Figyelje meg gyakorlati munkahelyén, hogy az árukihelyezés mely szakmai szabályait tartják be? Megfigyeléseit rögzítse!

3. feladat

Nézzon utána gyakorlati munkahelyén, hogy alkalmazzák-e a polctükröt? Van-e Önöknél polcbérlés, illetve mely cégek polcszervizei töltik újra az értékesített árukészletet?

ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK

1. feladat

Az üzletben alkalmazott értékesítési mód befolyásolja, hogy a vevő milyen kapcsolatba kerül a termékkel. Az árubemutatás módjai is különböznek. Míg az önkiszolgáló értékesítési módnál az eladó személyes kapcsolatba kerül a vásárlóval és személyesen mutatja be az árut, addig az önkiszolgáló üzletben az áru önmagát adja el, az árubemutatás személytelen. Itt a vevő megfogja, megnézi az árut vásárlás előtt. Ezekben az esetekben más-más berendezési tárgyra van szükség a zökkenőmentes forgalom lebonyolításához. Sorolja fel az alábbi táblázatba, hogy mely értékesítési módhoz, milyen berendezési tárgyakat célszerű használni!

MEGNEVEZÉS	Az adott értékesítési mód berendezési tárgyai
Hagyományos értékesítési mód (a vevő az eladótól kéri az árut, aki bemutatja neki, esetenként méri, darabolja és becsomagolja)	
Önkiválasztó értékesítési mód (a vevő szabadon válogat, de az árut az eladótól kéri)	
Önkiszolgáló értékesítési mód (a vásárló szabadon válogat és önmagát szolgálja ki)	

2. feladat

Értékelje az alábbi képeken a termékek kihelyezését az eladótérben! Megfelelnek-e az Ön által megismert szabályoknak? Véleményét írja le, majd beszélje meg szaktanárával!

MILYEN SZEMPONTOKAT KELL FIGYELEMBE VENNI AZ ÁRUK ELADÓTÉRI KIHELYEZÉSÉNÉL?



13. ábra. Árukihelyezés

MUNKANYELVI ANYAG

3. feladat

Állapítsa meg, hogy a következő állítások közül melyik igaz, illetve melyik hamis! Az igazakat jelölje I-vel, a hamisakat H-val! Amennyiben hamisnak talál egy állítást, akkor javítsa ki és írja le a helyes megoldást! (Tüntesse fel a sorszámot is!)

MILYEN SZEMPONTOKAT KELL FIGYELEMBE VENNI AZ ÁRUK ELADÓTÉRI KIHELYEZÉSÉNÉL?

- Az angolfiókos pultok ékszerek, apró áruk bemutatására alkalmas berendezési tárgy. Lépcsőzetes kialakítása lehetővé teszi, hogy egyszerre több terméket is megnézhesen a vásárló.
- A napi cikkeket (kenyér, tej, tejtermék stb.) tegyük a bolt legközelebbi részére, hogy a vevőknek ne kelljen a bolton végig menniük. Ezt rövid úton tehessék meg és közben jobbra, balra ne tévedjenek el.
- A FiFo elv (First in First out) – a legrégebben beérkezett (legrövidebb szavatosságú) készletet helyezik ki először a polcra, majd ezt követően teszik ki az újabban érkezett árut.
- A vertikális áruehelyezés azt jelenti, hogy a termékek vízszintesen helyezik ki, vagyis egymás mellett sorakoznak az áruk.
- A polctükör segítségével a bolti lopásokat tudják visszaszorítani, mert elhelyezésük segítségével az eladóter beláthatóvá válik.
- A polcokon felülre helyezzük a nagyobb, nehezebb árukat (pl.: mosóporok, nagyobb kiserelésű étolaj, stb.), a középső polcokra a ritkán keresetteket (inkurrens termékeket), míg legalulra a ritkábban keresett áruk helyezzük (pl.: drága italok, desszertek, stb.).
- Diabetikus áruk kihelyezésénél ügyelni kell arra, hogy az ilyen termékek egy helyen, a többi árutól elkülönítve legyenek. Ezt a szabályt a cukorbeteg emberek érdekében kell betartani. Nekik fontos, hogy még véletlenül se vásároljanak olyan árut, amit nem fogyaszthatnak el.
- Az önkiszolgáló értékesítési mód lehet: Szabadpályás: Ilyenkor úgy helyezik el az állványokat, berendezési tárgyakat, amivel meghatározzák a vevő útvonalát. Figyelembe veszik ugyanakkor az eladásösztönzést (pl.: szemmagasság, keresett áruk bejáratától messzebb, stb.) és a vagyonvédelmi szempontokat is. Az eladóteret úgy célszerű berendezni, hogy lehetőleg minden pontja jó látható legyen.
- A bejárat közelébe lehetőleg ne tegyünk olyan termékeket, melyek nézegetésével a vevők elállják az utat és akadályozzák a többi vevőt.
- A polcbérlet azt jelenti, hogy a szállító a bolton belül, saját termékei garantált forgalmazása érdekében helyet bérel, vagyis fizet azért, hogy áruját kitehesse. Ezeket a polcokat az alkalmazásukban álló polcszervizesek töltik fel, de ha gyorsan fogy az általuk kihelyezett termék, akkor az üzlet dolgozói is utántölthetik. A polcszervizesek rendszeresen ellenőrzik a termékeiket és pótolják azokat. A helyükre más terméket sohasem szabad kitenni.

4. feladat

Írjon példát saját tapasztalataiból az impulzív vásárlásra. Amikor nem volt szándékában vásárolni, de a körülmények hatására mégis „elcsábult”.

5. feladat

Ön, mint eladó, azt a feladatot kapja, hogy az alábbi termékeket helyezze el az eladótérben. Az Ön feladata lesz eldönteni, hogy hol és hogyan teszi ezt meg. Az árukihelyezés lehet: polcon, állványon, vitrinben, vállfán, egymásra helyezve, szeletelve stb. Töltse ki a táblázatot!

Megnevezés	Az áru kihelyezésének lehetséges módja az eladótérben
Konzervek, dobozos termékek	
Kosztüm	
Étkészlet	
Rágógumi	
Fotel	
10 kg-os mosószer	
Arany ékszer	
Pékáru	

MEGOLDÁSOK

1.

MEGNEVEZÉS	Az adott értékesítési mód berendezési tárgyai
Hagyományos értékesítési mód (a vevő az eladótól kéri az árut, aki bemutatja neki, esetenként méri, darabolja és becsomagolja)	Faliállványok, Pultok, Polcok, üvegezett pultok, Tárolófiókok,
Önkiválasztó értékesítési mód (a vevő szabadon válogat, de az árut az eladótól kéri)	Üveges pultok, Vitrinek, Forgóállványok, Mintafalak, Állványok,
Önkiszolgáló értékesítési mód (a vásárló szabadon válogat és önmagát szolgálja ki)	Faliállványok, Gondolák, Forgókosaras állványok, Körgondola,

2.

A képen cipők, papucsok és zoknik árukihelyezése látható.

Sajnos nem áttekinthető a választék.

Az első nagy hiba, hogy a papucsokat szinte teljesen eltakarják a cipős dobozok. Emellett nem lehet kényelmesen hozzáférni az árukészlethez. Sem a papucsokhoz, sem a zoknikhoz, mert a dobozok felborulnának.

A cipős dobozok között látható egy zöld laposabb doboz, ami edző padot rejt. Ez nem lehet tudni, hogy hogyan jön a túra bakancsokhoz és papucsokhoz.

3.

MILYEN SZEMPONTOKAT KELL FIGYELEMBE VENNI AZ ÁRUK ELADÓTÉRI KIHELYEZÉSÉNÉL?

- IGAZ
- HAMIS

A napi cikkeket (kenyér, tej, tejtermék stb.) tegyük a bolt legtávolabbi részére, hogy a vevőt rákényszerítsük arra, hogy a bolton végig menjen. Ezt egyenes úton tehesse meg, de közben jobbra, balra „eltévedhessen” és más árukat is meglátogasson.

- IGAZ
- HAMIS

A vertikális áruehelyezés azt jelenti, hogy a termékcsoport áruai egymás alatt függőlegesen helyezkednek el. A horizontális áruehelyezés, a termékek vízszintes kihelyezését jelenti, vagyis egymás mellett sorakoznak az áruk.

- HAMIS

Polctükör: A nagyobb vállalkozások boltjainál alkalmazott áru kihelyezési terv, boltok arculatának egységességét segíti elő. Ha a vevő egy áruházlánc bármelyik boltjában vásárol az országban, mindig ugyanazon a helyen találja meg az egyes árukat. Így segítik a vevőt az eligazodásban.

- HAMIS

A polcokon alulra helyezzük a nagyobb, nehezebb árukat (pl.: mosóporok, nagyobb kiszerezésű étolaj, stb.), a középső polcokra a gyakran keresetteket (kurrens termékeket), míg legalulra a ritkábban keresett árukat helyezzük (pl.: drága italok, desszertek, stb.).

- IGAZ
- HAMIS

Az önkiszolgáló értékesítési mód lehet: Szabadpályás: A berendezések nem jelölnek ki egyértelműen vevőáramlási útvonalat. Főleg áruházakban alkalmazzák. Zártpályás: Ilyenkor úgy helyezik el az állványokat, berendezési tárgyakat, amivel meghatározzák a vevő útvonalát. Figyelembe veszik ugyanakkor az eladásösztönzést (pl.: szemmagasság, keresett áruk bejárattól messzebb, stb.) és a vagyoni védelmi szempontokat is. Az eladóteret úgy célszerű berendezni, hogy lehetőleg minden pontja jó látható legyen.

- IGAZ
- IGAZ

4.

Egy ruházati termék például a színével kelti fel a figyelmet, egy pékség az illatokkal, stb. Egy élelmiszerüzletben végig haladva, (maga az áruehelyezés) többször is impulzív hatások érik a vásárlót. Pl.: sajtitalak szőlővel, dióval, kószolókkal, egy terített asztallal, stb.

5.

Egy lehetséges megoldás szerepel a táblázatban. Emellett több lehetőség is elfogadható.

Megnevezés	Az áru kihelyezésének lehetséges módja az eladótérben
Konzervek, dobozos termékek	Tetszetősen gúlákba, tornyokba rendezve.
Kosztüm	Sztenderden és vállfán, vagy próba babára adva, kiegészítőkkal (sál, top, blúz, bizsu ékszer).
Étkészlet	Élethű környezetben, megterített asztalon.
Rágógumi	Közel a pénztárhoz, állványon.
Fotel	Élethű környezetben, egy berendezett szobát kialakítva, ahol a fotelen van a hangsúly.
10 kg-os mosószer	Alsó polcra, közel a pénztárhoz, vevőkényelmi okok miatt.
Arany ékszer	Zárható vitrinekben, üveges pultban.
Pékáru	Távol a bejáratától, fonott kosarakban.

IRODALOMJEGYZÉK

FELHASZNÁLT IRODALOM

- Horváthné Herbáth Mária – Stágel Imréné : Kereskedelmi és vállalkozási ismeretek Műszaki Kiadó 2002
- Ottohál Zsuzsa és Zsóka : Az áruforgalom lebonyolítása modul Oktató 2001. Bt 2008.
- Horváthné Herbáth Mária – Stágel Imréné : Az áruforgalmi tevékenység tervezése, elemzése, hatása az eredményre KIT 2008.
- Kunvári Enikő – Rozsonics Angéla : Kereskedelmi ismeretek a modulrendszerű képzéshez KIT 2009.
- Horváthné Herbáth Mária – Stágel Imréné : Alapozó kereskedelmi ismeretek és gyakorlatok KIT 2006.

HONLAPOK

- Hu-Mago Kft_ Hírlevél – 2009_július.mht (2010. augusztus 22.)

AJÁNLOTT IRODALOM

- A 0004–06 modul kapcsolódó tananyagegységei
- A 0005–06 modul kapcsolódó tananyagegységei
- A szakáruismeretnek megfelelő modulok kapcsolódó tananyagegységei

A(z) 0004–06 modul 017–es szakmai tankönyvi tartalomeleme felhasználható az alábbi szakképesítésekhez:

A szakképesítés OKJ azonosító száma:	A szakképesítés megnevezése
31 341 01 0010 31 01	Bútor- és lakástextil-eladó
31 341 01 0010 31 02	Élelmiszer- és vegyiáru-eladó
31 341 01 0010 31 03	Műszakicikk eladó
31 341 01 0010 31 04	Porcelán- és edényáru-eladó
31 341 01 0010 31 05	Ruházati eladó
31 341 01 0010 31 06	Zöldség-gyümölcs eladó
52 341 07 0100 31 01	Hírlapárus, trafikos
52 341 07 0100 51 01	Kazetta- és lemez eladó, -kölcsönző
52 341 07 0100 51 02	Óra-ékszer és díszműáru eladó
52 341 07 0100 31 02	Papír, írószerszám eladó
33 341 03 0100 31 01	Épületgépészeti anyag- és alkatrész eladó
33 341 03 0100 31 02	Gépészeti anyag- és alkatrész eladó
33 341 03 0100 31 03	Járműalkatrész-eladó
33 341 03 0100 31 04	Telepi építőanyag-eladó
33 341 03 0100 31 05	Villamossági anyag- és alkatrész eladó
51 341 01 0100 33 01	Kisgép- és műszakicikk-kölcsönző
31 341 03 0000 00 00	Töltőállomás-kezelő
33 215 02 0100 31 01	Virágbolti eladó
52 341 06 0000 00 00	Könyvesbolti eladó
51 341 02 0000 00 00	Régiségkereskedő
54 481 03 0010 54 04	IT kereskedő
51 213 01 0010 51 01	Eseményrögzítő
51 213 01 0010 51 02	Filmlaboráns
52 341 05 1000 00 00	Kereskedő
52 341 05 0100 52 01	Bútor- és lakástextil-kereskedő
52 341 05 0100 52 02	Élelmiszer- és vegyiáru-kereskedő
52 341 05 0100 52 03	Ruházati kereskedő
52 341 07 0000 00 00	Kultúrcikk-kereskedő
52 725 01 0000 00 00	Látszerész és fotócikk-kereskedő
33 341 03 0010 33 01	Építőanyag-kereskedő
33 341 03 0010 33 02	Épületgépészeti anyag- és alkatrész-kereskedő
33 341 03 0010 33 03	Járműalkatrész-kereskedő
33 341 03 0010 33 04	Villamossági anyag- és alkatrész-kereskedő
51 341 01 0000 00 00	Műszakicikk-kereskedő
31 341 04 0000 00 00	Vegyésiparcikk-kereskedő
31 341 04 0100 31 01	Agrokémiai és növényvédelmi kereskedő
31 341 04 0100 31 02	Gyógynövénykereskedő
31 341 04 0100 31 03	Piaci, vásári kereskedő
31 341 04 0100 31 04	Sportszer- és játékkereskedő
33 215 02 0000 00 00	Virágkötő, -berendező, virágkereskedő
33 215 02 0100 33 02	Virágkereskedő

A szakmai tankönyvi tartalomelem feldolgozásához ajánlott óraszám:

20 óra

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