



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΑΤΡΩΝ
UNIVERSITY OF PATRAS

ΑΝΟΙΚΤΑ ακαδημαϊκά
μαθήματα ΠΠ

Μάρκετινγκ Επιχειρήσεων Λιανικής Πώλησης

Ενότητα 3: Το Περιβάλλον του Καταστήματος

Θεοδωρίδης Προκόπης

Σχολή Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων

Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών
Προϊόντων & Τροφίμων (Δ.Ε.Α.Π.Τ.)

Σκοποί 3^{ης} Ενότητας

- Απόκτηση γνώσεων σχετικά με το σχεδιασμό του καταστήματος.
- Απόκτηση γνώσεων σχετικά με την εξέλιξη και το διττό ρόλο του καταστήματος.
- Περιγραφή και κατανόηση του σχεδιασμού του καταστήματος και της επικοινωνίας με τους πελάτες εντός καταστήματος.
- Κατανόηση των συστατικών στοιχείων της ατμόσφαιρας του καταστήματος.



Περιεχόμενα 3^{ης} Ενότητας

- «Εξέλιξη» του Καταστήματος
- Σημασία Διαχείρισης Χώρου
- Ο Διπτός Ρόλος του Καταστήματος
- Διαχείριση Εκθεσιακού Χώρου
- Σχεδιασμός Καταστήματος
- Σχεδιασμός Περιβάλλοντος Καταστημάτων
- Επικοινωνία με τους Πελάτες Εντός Καταστήματος
- Κατανομή Χώρου στα Επίπεδα Συλλογής
- Συστατικά Στοιχεία Ατμόσφαιρας Καταστήματος



«Εξέλιξη» του Περιβάλλοντος του Καταστήματος

- **1960:** Έμφαση στο Περιβάλλον του Self Service
- **1970:** Έμφαση στην Συνολική Εικόνα του Καταστήματος
- **1980:** Έμφαση στη Διαφοροποίηση μέσω της Εικόνας του Καταστήματος

....σήμερα ... έμφαση στη συνολική εμπειρία του πελάτη !!!



Τι Σημαίνει Διαχείριση Χώρου (1/2)

- Η οργάνωση του διαθέσιμου εμβαδού μεταξύ των εναλλακτικών χρήσεων και τον αποτελεσματικό σχεδιασμό του.
- Η κατανομή και εκμετάλλευση της εκθεσιακής δυναμικότητας (προθήκες, ράφια) μεταξύ των εμπορευμάτων.



Τι Σημαίνει Διαχείριση Χώρου (2/2)

- Η διαχείριση του εμβαδού αφορά μακροχρόνιες δεσμεύσεις του χώρου σε συγκεκριμένες χρήσεις και λειτουργίες.
- Η διαχείριση του εκθεσιακού χώρου αφορά αποφάσεις σχετικά με την τοποθέτηση και την διαχείριση των εμπορευμάτων, οι οποίες αναπροσαρμόζονται για να επιτευχθεί η καλύτερη εκμετάλλευση του χώρου.



Διττός Ρόλος του Καταστήματος

- Προσέλκυση των Πελατών και «παράδοση» της επιθυμητής εικόνας
- Μεγιστοποίηση των Πωλήσεων που πραγματοποιούνται μέσα στο Κατάστημα



Σχεδιασμός Καταστήματος (1/3)

.....ο σχεδιαστής πρέπει να δημιουργήσει ένα κατάστημα που να προτρέπει τον πελάτη, από την στιγμή που μπήκε μέσα, να μειώσει τις ψυχολογικές άμυνές του και να ενδιαφερθεί για το «εμπόρευμα». Εάν ο πελάτης είναι «ήρεμος» και ενδιαφέρεται, τότε μπορεί ν' αναζητήσει κάποια πληροφορία από τον πωλητή ή περιεργάζεται το προϊόν και μπορεί εν συνεχεία να προβεί στην αγορά του.....

Green, 1986



Σχεδιασμός Καταστήματος (2/3)

- Ο Σχεδιασμός του Καταστήματος εξαρτάται από:
 - Τις υπάρχουσες **Συνθήκες** και **Περιορισμούς**
 - Την **Στρατηγική Μάρκετινγκ**
 - Τον διαθέσιμο **Προϋπολογισμό**



Σχεδιασμός Καταστήματος (3/3)

- Στον Σχεδιασμό του Καταστήματος μας ενδιαφέρει:
 - Ο Σχεδιασμός του Περιβάλλοντος
 - Η Παρουσίαση των Προϊόντων/Εμπορευμάτων
 - Η Επικοινωνία με τον Πελάτη εντός του Καταστήματος
 - Η «Αίσθηση» του Πελάτη



Διαχείριση εκθεσιακού χώρου

1. Τοποθέτηση προϊόντων

2. Κατανομή χώρου:

- κίνηση προϊόντος
- κέρδος προϊόντος
- εξετάζουμε ταυτόχρονα κίνηση και κέρδος για να μοιράσουμε τον χώρο μεταξύ των προϊόντων.



Παρουσίαση Προϊόντων/ Εμπορευμάτων

- Πλάνο Καταστήματος
- Μέθοδοι Παρουσίασης
- Οργάνωση Κατηγοριών
- Συσχέτιση Τομέων



Σχεδιασμός Περιβάλλοντος

- Η Πρόσοψη του Καταστήματος
- Τοίχοι
- Πάτωμα
- Οροφές
- Φωτισμός
- Ατμόσφαιρα
- Εξαρτήματα - Προσθέσεις
- Θέρμανση και Εξαερισμός
- Εσωτερικός Καταμερισμός Χώρου
- Κινητά και Ακίνητα Συστήματα



Περιβάλλον - Επικοινωνία με τον Πελάτη εντός Καταστήματος

- Πινακίδες
- Πληροφορίες για τα Προϊόντα
- Γραφικά
- Ήχος
- Διασκέδαση
- Εκπαίδευση
- «Ζωντανές» Προωθήσεις Πωλήσεων
- Προσωπική Εξυπηρέτηση
- Εγκατάσταση Ταμείων

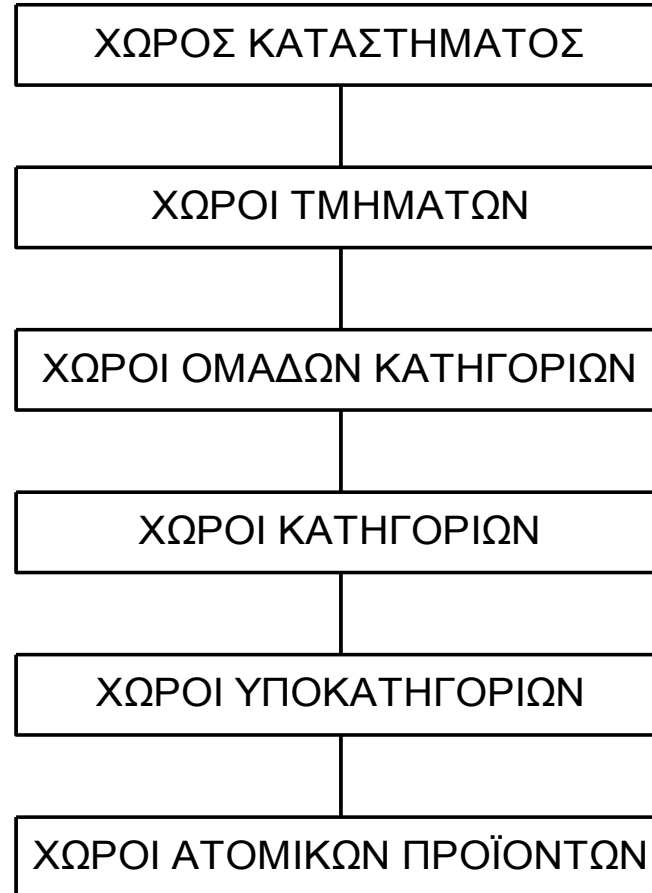


Περιβάλλον - Η «Αίσθηση» του Πελάτη

- Οπτική
- Ακουστική
- Όσφρηση
- Γεύση
- Αφή



Κατανομή Χώρου στα Επίπεδα Συλλογής



Ν. Παπαβασιλείου και Γ. Μπάλτας, Μάρκετινγκ Λιανικού & Χονδρικού Εμπορίου, 2003, 1^η Έκδοση, σελ 145.



Ατμόσφαιρα Καταστήματος και Αντιδράσεις Πελάτη



Ν. Παπαβασιλείου και Γ. Μπάλτας, Μάρκετινγκ Λιανικού & Χονδρικού Εμπορίου, 2003, 1^η Έκδοση, σελ 170.



Συστατικά Στοιχεία Ατμόσφαιρας - Εξωτερικό

- Μέγεθος κτιρίου
- Χρώμα κτιρίου
- Αρχιτεκτονική κτιρίου
- Εξωτερικοί τοίχοι
- Είσοδοι
- Πινακίδες και σήματα
- Βιτρίνες
- Χαρακτηριστικά ευρύτερης περιοχής
- Γειτονικά καταστήματα
- Χαρακτηριστικά εγγύτερης περιοχής



Συστατικά Στοιχεία Ατμόσφαιρας

– Εσωτερικό (1/2)

- Χρώματα
- Φωτισμός
- Μουσική
- Οσμές
- Δάπεδα
- Οροφές
- Θερμοκρασία
- Καθαριότητα
- Εμπορεύματα



Συστατικά Στοιχεία Ατμόσφαιρας

– Εσωτερικό (2/2)

- Σχεδιασμός και κατανομή του χώρου
- Ομαδοποίηση εμπορευμάτων
- Τοποθέτηση εμπορευμάτων
- Τοποθέτηση ταμείων
- Τοποθέτηση εξοπλισμού
- Προθήκες και ράφια
- Επίπλωση
- Εκθετήρια
- Πινακίδες
- Διακόσμηση



Συστατικά Στοιχεία Ατμόσφαιρας – Ανθρώπινος Παράγοντας

- Χαρακτηριστικά και εμφάνιση προσωπικού
- Χαρακτηριστικά πελατείας
- Συνωστισμός και κίνηση μέσα στο κατάστημα



Τέλος Ενότητας 3

Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στο πλαίσιο του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «**Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Πανεπιστήμιο Πατρών**» έχει χρηματοδοτήσει μόνο την αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.



Σημειώματα

Σημείωμα Ιστορικού Εκδόσεων Έργου

Το παρόν έργο αποτελεί την έκδοση 1.0.

Έχουν προηγηθεί οι κάτωθι εκδόσεις:



Σημείωμα Αναφοράς

Copyright Πανεπιστήμιο Πατρών, Προκόπης Θεοδωρίδης. «Μάρκετινγκ Επιχειρήσεων Λιανικής Πώλησης. Το Περιβάλλον του Καταστήματος». Έκδοση: 1.0. Πάτρα 2015. Διαθέσιμο από τη δικτυακή διεύθυνση: <https://eclass.upatras.gr/modules/document/document.php?course=DEAPT118>.



Σημείωμα Αδειοδότησης

Το παρόν υλικό διατίθεται με τους όρους της άδειας χρήσης Creative Commons Αναφορά, Μη Εμπορική Χρήση Παρόμοια Διανομή 4.0 [1] ή μεταγενέστερη, Διεθνής Έκδοση. Εξαιρούνται τα αυτοτελή έργα τρίτων π.χ. φωτογραφίες, διαγράμματα κ.λ.π., τα οποία εμπεριέχονται σε αυτό και τα οποία αναφέρονται μαζί με τους όρους χρήσης τους στο «Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων».



[1] <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Ως **Μη Εμπορική** ορίζεται η χρήση:

- που δεν περιλαμβάνει άμεσο ή έμμεσο οικονομικό όφελος από την χρήση του έργου, για το διανομέα του έργου και αδειοδόχο
- που δεν περιλαμβάνει οικονομική συναλλαγή ως προϋπόθεση για τη χρήση ή πρόσβαση στο έργο
- που δεν προσπορίζει στο διανομέα του έργου και αδειοδόχο έμμεσο οικονομικό όφελος (π.χ. διαφημίσεις) από την προβολή του έργου σε διαδικτυακό τόπο

Ο δικαιούχος μπορεί να παρέχει στον αδειοδόχο ξεχωριστή άδεια να χρησιμοποιεί το έργο για εμπορική χρήση, εφόσον αυτό του ζητηθεί.

