

## ИННОВАЦИОННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ МЕРЧЕНДАЙЗИНГА

Мерчендайзинг является одним из перспективных направлений развития торговли. Грамотно применяя принципы, методы и инструменты мерчендайзинга, торговая организация способна привлекать внимание посетителей к своим товарам, с тем чтобы побуждать их к совершению покупок, независимо от того, планировались они или нет.

Цифровизация способствует появлению разнообразных высокотехнологичных инструментов мерчендайзинга, которые до неузнаваемости изменяют розничную торговлю, смешивая реальность с виртуальным пространством. Они позволяют моделировать поведение покупателей на основе индивидуального подхода, тем самым увеличивая продажи и обеспечивая эффективность деятельности торговых организаций. К инновационным инструментам мерчендайзинга относятся: проекционные витрины, интерактивные витрины, 3D-витрины, виртуальные полки.

*Проекционная витрина* способна отслеживать движения человека и распознавать их с помощью специальной программы, что позволяет управлять изображениями. Проекционная витрина обладает идеальной цветопередачей, имеет угол обзора 180°, благодаря чему человек видит ее, где бы он ни находился. Виртуальная витрина предоставляет возможность создания масштабных инсталляций, а также позволяет покупателю самостоятельно руководить процессом, выбирая нужное ему изображение и информацию.

*Интерактивная (сенсорная) витрина* служит для привлечения и удержания внимания покупателей. Посредством ярких движущихся элементов покупатель оказывается вовлечен в живую рекламу, благодаря чему у него на подсознательном уровне происходит устойчивое запоминание бренда, что создает впоследствии эффект сарафанного радио. Интерактивная витрина может выступать в роли каталога. Она распознает покупателя и помогает ему найти товар в соответствии с его предпочтениями, отображая контент, который с большой вероятностью может ему понравиться. Кроме того, она предоставляет покупателям возможность оставлять сообщения с помощью виртуальной клавиатуры.

*Виртуальная полка* позволяет считывать движения человека и управлять системой удаленно. Такие виртуальные полки можно устанавливать в метро. Для совершения покупки достаточно отсканировать код выбранного товара и произвести оплату через интернет, после чего будет произведена доставка товара на дом в удобное для покупателя время.

*3D-витрина* представляет собой электронный прилавок с технологией проецирования трехмерных изображений буквально в воздухе в сочетании с датчиками движения [1, с. 274]. Датчик заставляет витрину реагировать в пределах досягаемости на траекторию движения посетителей: статичная витрина оживает, меняется ее изображение, цвета, освещение. Изменение витрины, в свою очередь, провоцирует ответную реакцию человека. Посетителям предоставляется возможность надеть 3D-очки, взять в руки джойстик, осуществить виртуальное передвижение по торговому залу, осмотреть и выбрать понравившийся товар.

Таким образом, инновационные технологии мерчендайзинга предоставляют продавцам дополнительные преимущества для анализа поведения покупателей и увеличения объема продаж. Так, сенсоры для полок и сканеры в цифровых экранах позволяют определять пол, возраст и этническую принадлежность человека, распознавать его эмоции и на основе этого моделировать поведение современного потребителя и формировать персонализированные предложения.

#### **Источник**

1. *Дзахмишева, И. Ш.* Инновационные технологии в мерчендайзинге / И. Ш. Дзахмишева // Вестн. Воронеж. гос. ун-та инженер. технологий. — 2020. — Т. 82, № 4(86). — С. 272–276.