

# 소비자는 발로 걷지 않고 눈으로 걷는다

## 마케팅 전문가들이 말하는 효과적인 진열기법



‘나라면 매장에 들어서서 어떻게 행동할까?’

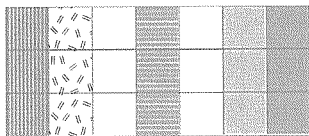
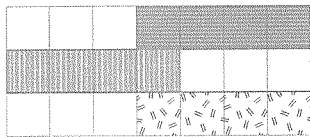
진열기법의 개발은 이런 의문에서 시작된다. 무원칙적으로 제품을 진열하고 있다면 그것은 진열이 아닌 단순한 ‘보관’일 따름이다.

소비자의 시각과 무의식에 침투해 구매를 유도하는 기법이 요구된다.

소비자의 구매행위를 돕고 매출도 올릴 수 있는 효과적인 진열기법들을 모아봤다.

### 1. 수직 구분 진열

일반적으로 벽면 진열대에는 가로로 제품을 늘어놓는다. 이는 제품간의 경계가 불분명해 혼란스러운 느낌을 준다. 또한 가로로 진열하면 소비자가 다른 사람과 부딪치며 움직여야 하는 번거로움이 있다. 수직 구분 진열은 제품간의 구분을 명확하게 하고 움직이는 번거로움을 없앨 수 있다. 페이스트리, 단과자빵, 생과자 등으로 제품군을 나누고 더 나아가 이를 세분해 제품명대로 세로로 늘어 놓는다.



### 2. 중앙매대 설치

소비자는 중앙 위치를 선호한다. 또한 시선을 아래로 향하며 제품을 바라보는 것을 편하게 느낀다. 매장 평수가 10평 이상이라면 매장 중앙에 평대 진열대를 설치한다. 고객의 시선을 단번에 잡는 효과가 있다.

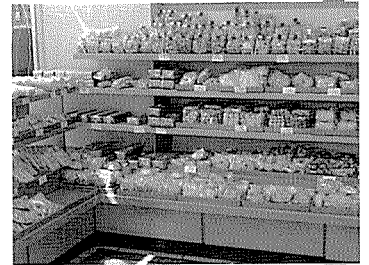


이곳에 지역적 특성에 따른 주력제품을 진열한다. 또한 신제품을 진열해 소비자 반응을 체크한다.

### 3. 벽면 진열대는 3단이 적당하다

4단 높이에 있는 제품은 소비자의 손이 닿기 힘들고 진열 자체가 불안하게 보인다. 4단에 제품을 진열하는 것은 팔고자 하는 진열이 아니라 단순한 보관 차원에 머무른다.

또한 답답하고 맛 없는 느낌을 준다. 진열대 단수 중 제품 판매가 많은 쪽은 1단, 2단이다. 따라서 현재 진열대가 4단이라면 주력매대의 폭을 넓혀 3단으로 줄이고, 단수가 줄어든 만큼 남은 제품은 따로 보관고에 넣거나 아니면 조금씩 자주 만들어 신선도를 높인다.



### 4. 창가진열대에는 고급스런 제품을

요즘 추세는 창가에 진열대를 두지 않는 추세다. 매장 안으로의 시야를 가리고 채광으로 인해 제품의 변질이 쉽기 때문이다. 그러나 현재 창가에 진열대가 있다면 페이스트리, 크로와상 등 고급스런 제품을 위주로

진열하고 제품의 뒷면이 지저분하게 보이지 않도록 주의한다. 또한 창가의 2/5 이상을 가리지 않는 것이 좋다.



### 5. 캔디, 전병봉지 제품 등은 따로 진열

4단 진열대에서 4단에 주로 진열되는 제품이 봉지 포장

된 캔디, 전병류 등이다. 이들 제품은 아래쪽에 있는 빵 제품들과 이질적인 제품이고 포장 또한 세련되지 못한 것이 대부분이어서 매장 이미지에 나쁜 영향을 줄 수 있다. 이들 제품들을 따로 모아 진열하면 매장 전체 이미지를 거스르지도 않으면서 판매효과도 높아질 것이다.



## 6. 쇼케이스 진열법

쇼케이스의 높이에 따라 주력상품의 진열을 조정한다.

쇼케이스가 보통 성인키 높이 라면 소비자가 가볍게 시선을 아래로 두었을 때 눈에 잘 들어오는 위치인 가운데 부분에, 가슴 높이라면 상단에 생크림 케이크, 선물용 제품 등 주력 제품을 진열한다. 쇼케이스 안

에 들어있는 제품은 위에서 봤을 때 가장 멋있고 맛있게 보이기 때문이다.

또한 두줄로 진열하지 말고 단마다 한줄씩 진열한다. 답답한 느낌을 주고 시각효과가 떨어지기 때문이다.

## 7. 포장하지 말고 무더기로 쌓아 놓자

이 방법은 어느 정도 보편화됐다. 전문용어로 '점블기법(Jumble)'인 이 방법은 풍성하고 맛 있는 느낌을 주기도 하면서 싸게 보이는 효과가 있다. 여기에 갓 구웠다는 점을 더불어 강조하고 싶다면 빵철판 그대로 진열하는 것도 고려할 만하다. 또한 쟁반 크기를 줄이면 같은 양이라도 더욱 풍성한 느낌을 전달할 수 있다.

중앙매대나 중앙매대 설치가 여의치 않은 경우 벽면 1단 진열대에 진열한다. 조사 결과, 무더기로 쌓아놓 경우가 그렇지 않을 경우보다 매출이 50%정도 많다.

## 8. 식빵, 앙금빵 등 인지도 높은 제품은 자유롭게

식빵, 앙금빵 등은 누구나 잘 알고 있는 제품이다. 이들

제품은 굳이 눈에 잘 띄는 곳에 놓지 않더라도 소비자가 물어서라도 구입한다. 따라서 이들 제품은 진열 위치에 크게 구애 받지 않으므로 시선이 잘 닿지 않는 곳에 진열해도 무방하다. 주력매대인 1, 2단에 식빵을 진열하고 있는 점포가 있다면 이곳에 다른 제품을 올려놓고 식빵은 3단이나 사각지점으로 옮겨 공간효율을 높여야 할 것이다.

## 9. 명찰 부착은 기본

기본적인 사항이지만 반드시 제품명, 가격, 중량 등이 표기된 명찰을 진열대에 부착해야 한다. 할인점의 확산으로 가격에 더욱 민감해진 소비자가 판단을 용이하게 하도록 도와주는 것이다. 제품의 유래에 관한 간략한 소개글이 있다면 더욱 좋다.

명찰은 필기체로 쓴다. 인쇄체보다 싼 느낌을 준다. 가격을 다른 것보다 크게 쓰면 가격에 대한 자신감을 심어준다.

## 10. 효과적인 조명 설치

진열대 단 사이에 조그만 조명을 설치한다. 중앙매대 위에는 펜던트 조명을 설치해 시선을 집중시킨다. 또한 쇼케이스 위에는 스폿 조명으로 쇼케이스 외관을 비춰 고급스러운 이미지를 전달한다.

## 11. 창가 부착물은 최소화

각종 행사 및 기획상품 등을 알리는 부착물을 창가에 너무 많이 붙이지 않도록 한다. 집중도도 떨어질 뿐만 아니라 안쪽 매장으로 향한 시야를 가리기 때문이다. 또한 시기가 지난 것은 바로 떼도록 한다. 햇볕에 변색되어 지저분하게 보여 매장 이미지를 떨어뜨리기 때문이다. 