瞄準貨架，贏得業績

品類並列效益 與 購買決策樹

Kantar Worldpanel © 版權所有，請勿對外發布

二個產品上架的關鍵問題

- 在賣場的貨架上，我的產品應該要放在哪裡？
- 我的品牌下不同系列產品在貨架上應該如何陳列？
  (最顯眼的貨架/次要貨架/促銷貨架應該如何安排)

Kantar Worldpanel © 版權所有，請勿對外發布

如何安排品類在貨架上的陳列---為什麼這件事如此重要?

把相關品類陳列在相近的位置，好處是：

幫助消費者找到他們需要的商品 – 節省尋找商品的時間，把更多的時間花在購買商品上!

促使消費者在購物籃中放入更多商品（更多品類）

讓購買並排對手產品的買者，有更多機會考慮你的產品

Kantar Worldpanel © 版權所有，請勿對外發布

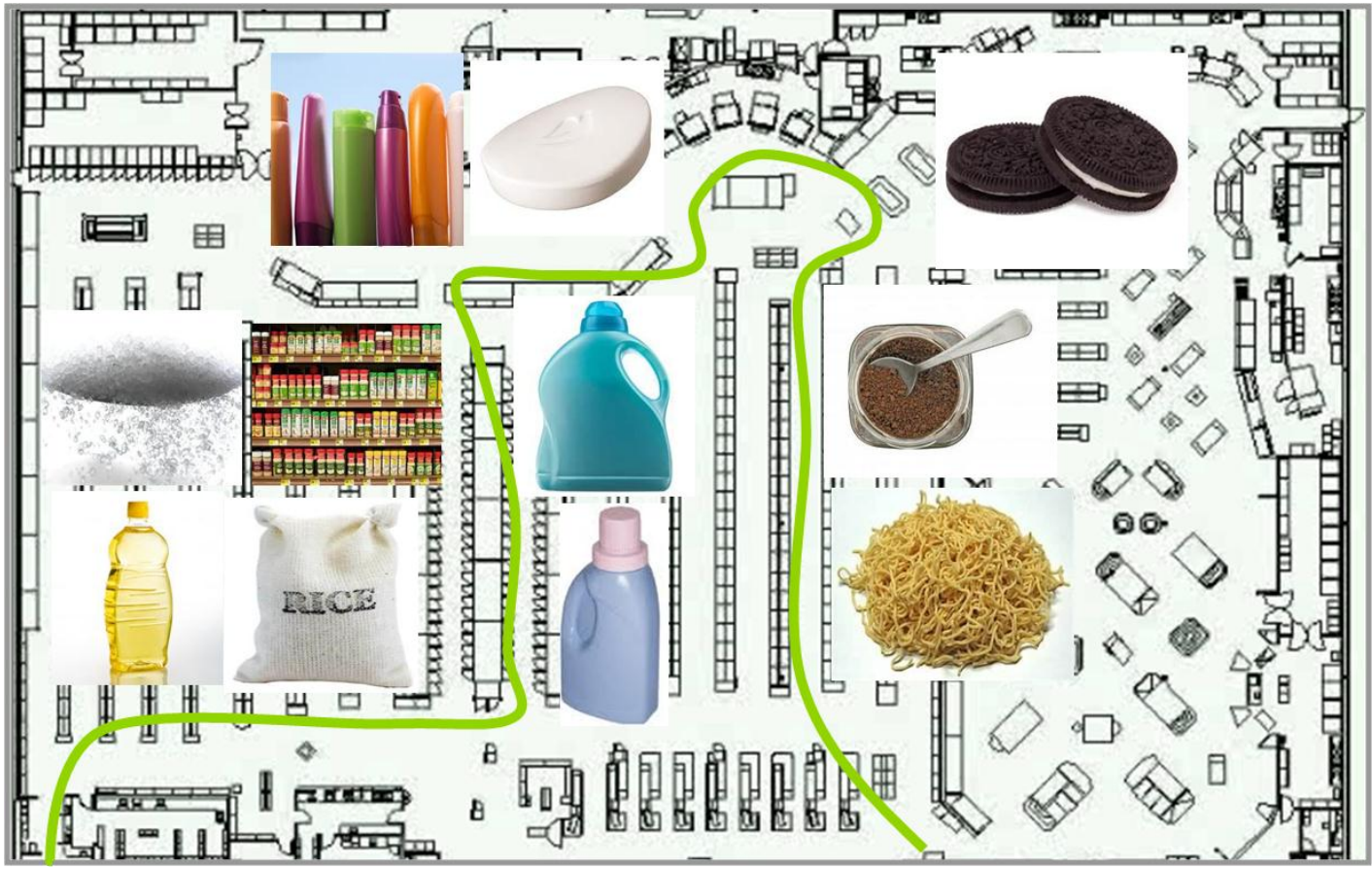
© Kantar Worldpanel

商品在店內的能見度極為重要！

因為在店內看見這個商品而提醒了我購買

52%*

非計劃性購買



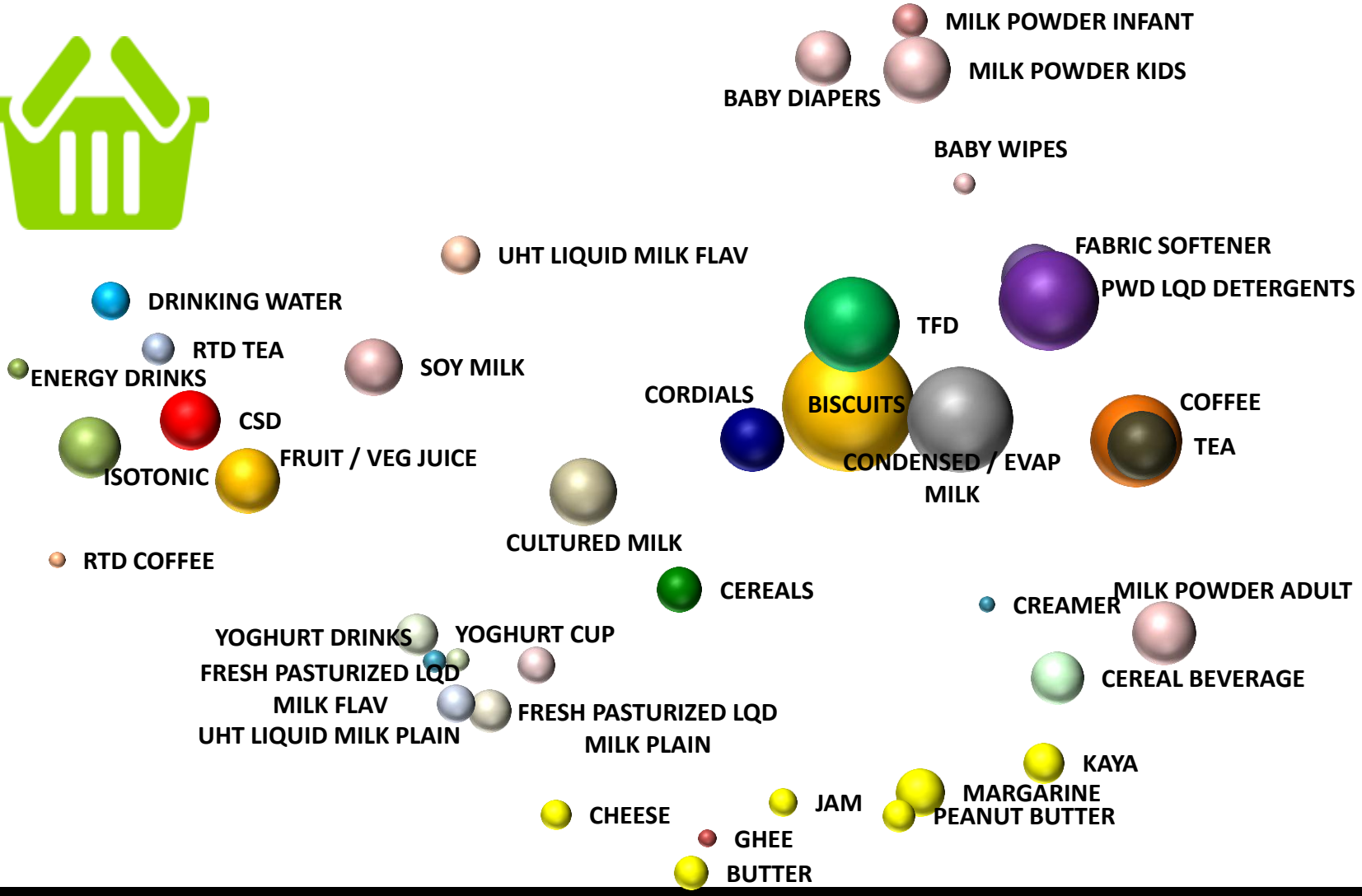
*Source – Worldpanel China – Hypermarkets LinkQ Trip replay study

Kantar Worldpanel © 版權所有，請勿對外發布

© Kantar Worldpanel

那些品類較常被一起放入購物籃中?

較常被一起放入購物籃的品類，反映出彼此的高度關聯性
找出品類間的距離，距離愈近表示愈可能同時放入購物籃中

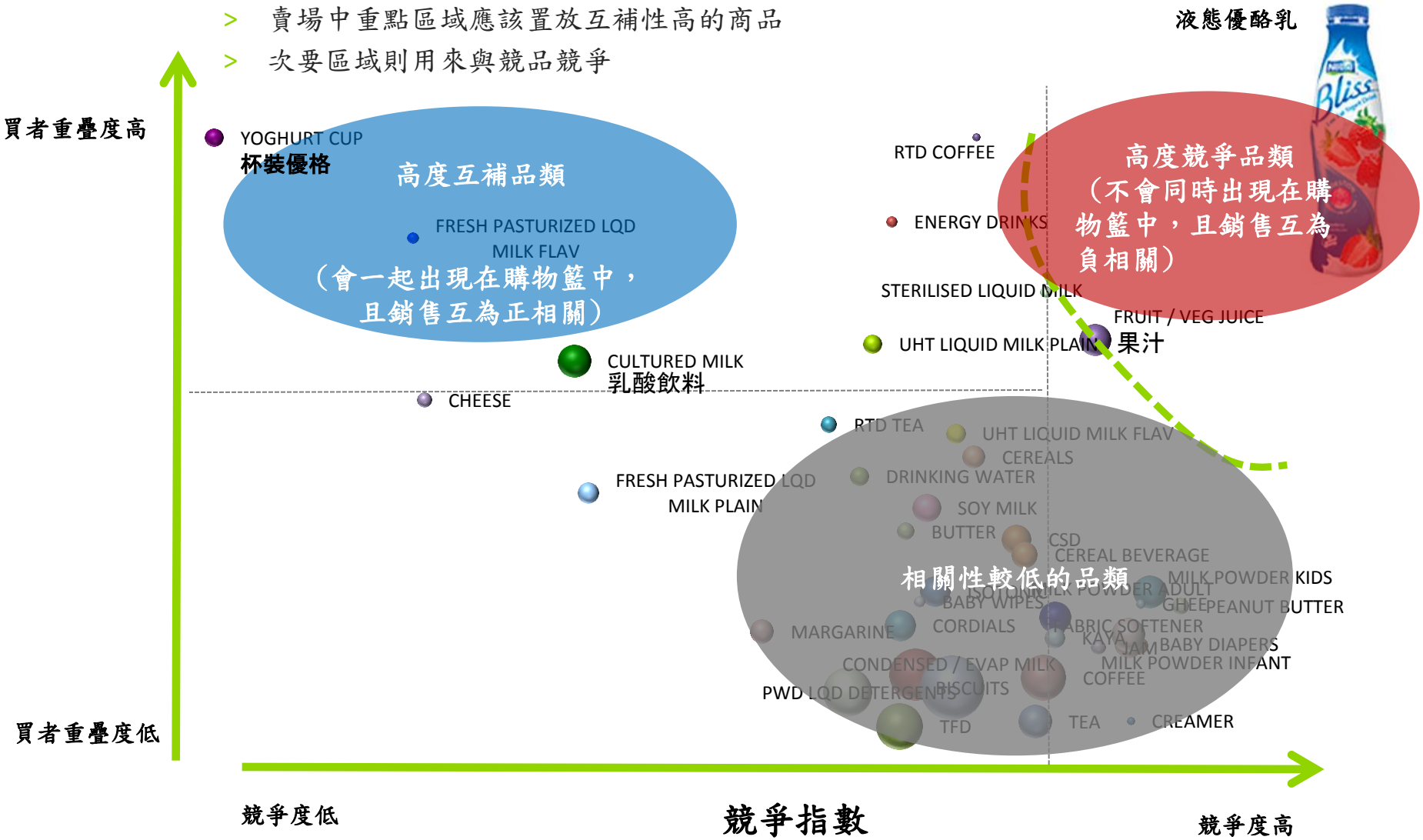


Kantar Worldpanel © 版權所有，請勿對外發布

© Kantar Worldpanel

那些品類和我的商品互補？哪些是我的競爭品類？（以液態優酪乳為例）

> 賣場中重點區域應該置放互補性高的商品
> 次要區域則用來與競品競爭

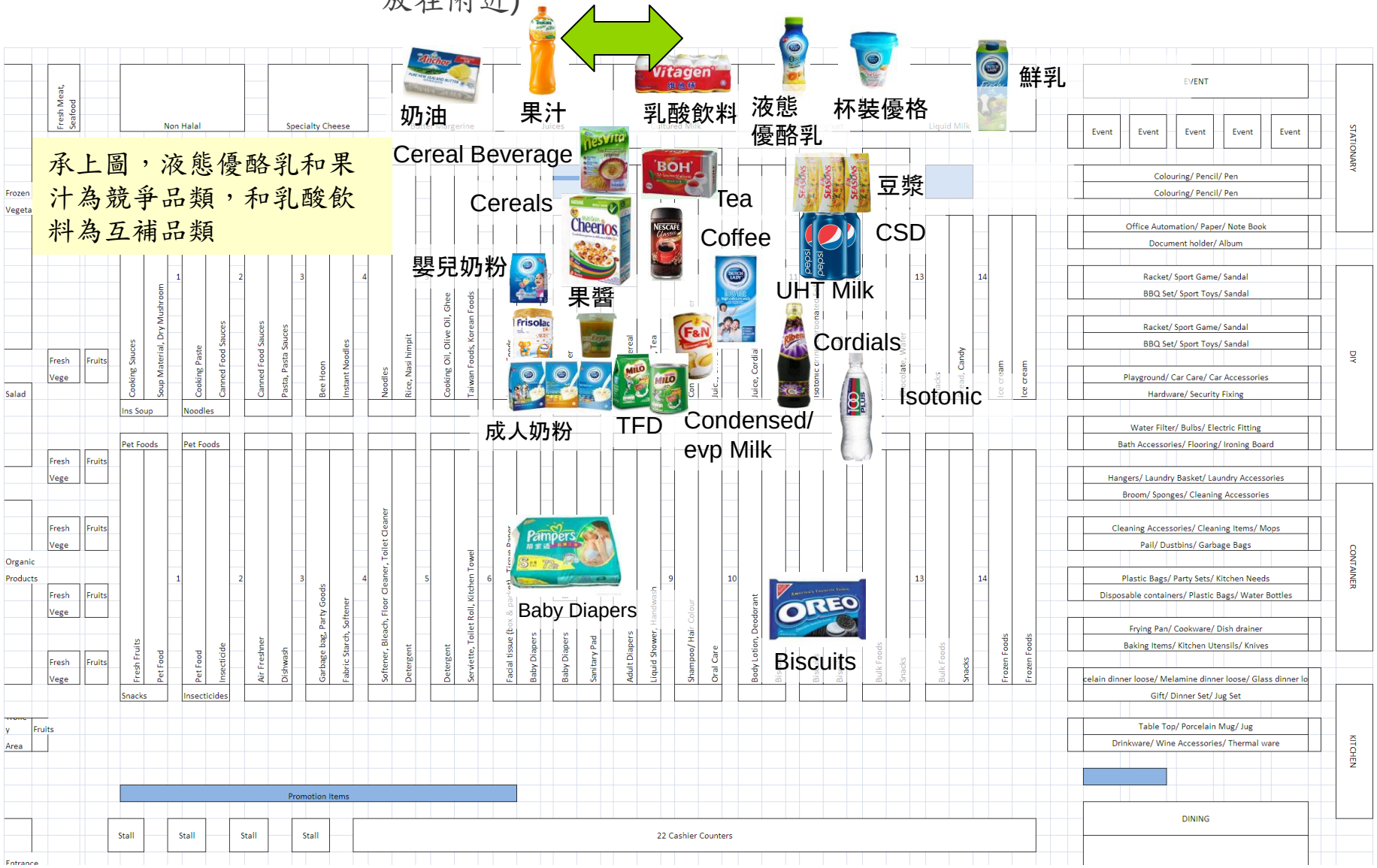


Kantar Worldpanel © 版權所有，請勿對外發布

© Kantar Worldpanel

可量化其業績成長

不同貨架陳列設計的零售商反映出來的銷售表現，可用來量化評估相鄰品類 (category adjacencies) 所共創的價值 (將互補或競爭的品類擺放在附近)



Kantar Worldpanel © 版權所有，請勿對外發布

© Kantar Worldpanel

產品各系列別在貨架上應該如何陳列?

© Kantar Worldpanel

商品陳列的方式，需要考慮以下幾點：

- 讓消費者能容易找到需要的商品
- 商品分類的方式，必須根據買者實際購物行為所反映出來的決策順序，決定位置及空間大小
- 把焦點鎖定在銷售表現較佳的系列別，藉此帶動整體品牌或品類的銷售
- 也須考量是否有其他實務上的困難，例如是否方便賣場補貨，以及是否方便消費者從架上拿取商品

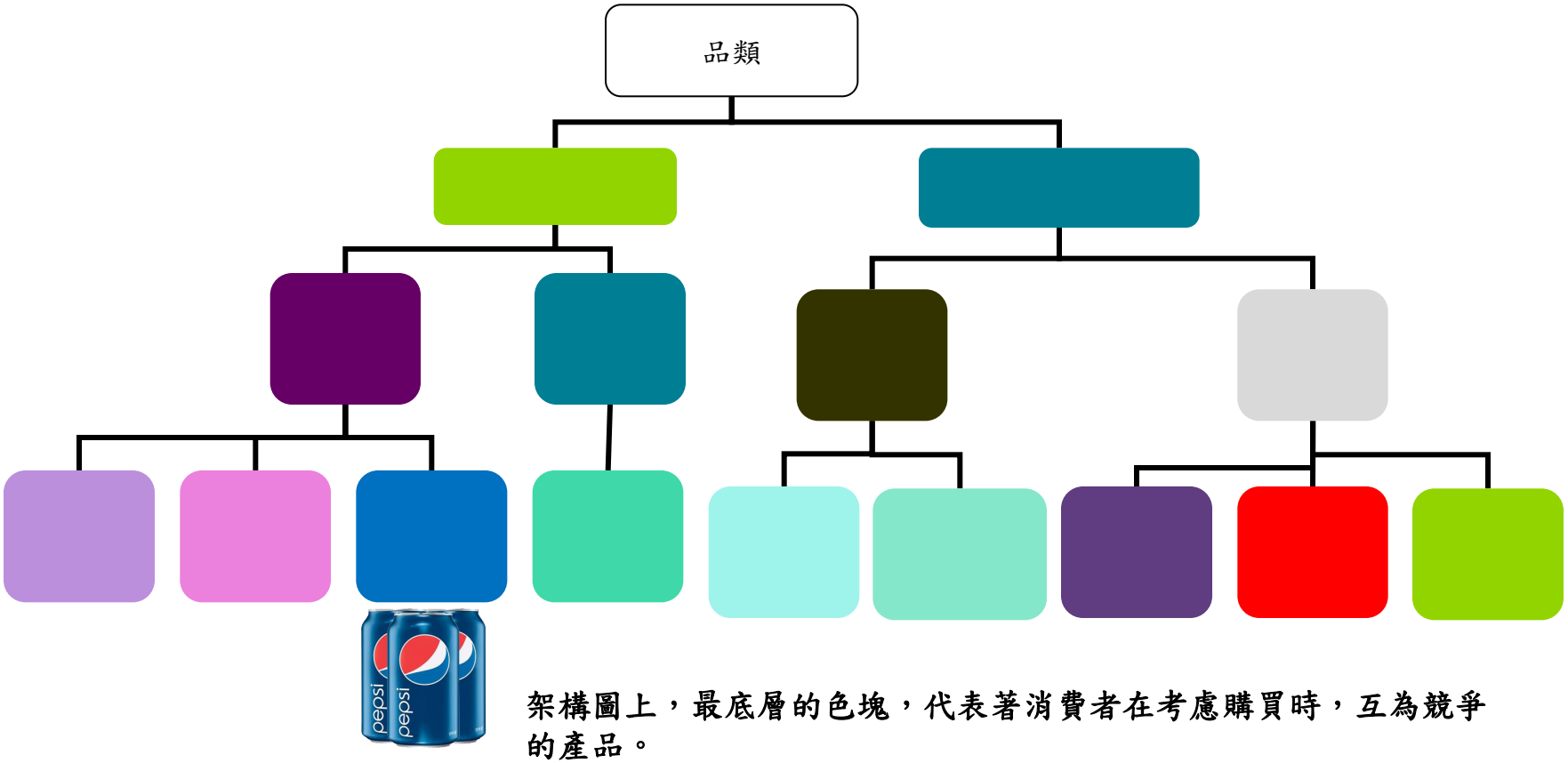
Kantar Worldpanel © 版權所有，請勿對外發布

© Kantar Worldpanel

第一步 – 購買的決策順序

貨架的擺設方式，應該以消費者對該品類的分類認知來排列

消費者購物時，首先考慮的是什麼 - 優質區隔?品牌?包裝大小?包裝?口味?
依照消費者考慮的先後順序，對品類進行分類



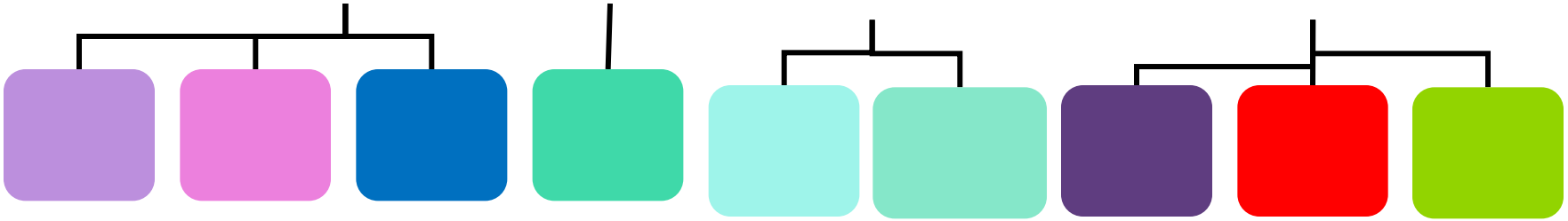
架構圖上，最底層的色塊，代表著消費者在考慮購買時，互為競爭的產品。

Kantar Worldpanel © 版權所有，請勿對外發布

© Kantar Worldpanel

第二步 – 根據消費者的決策順序，優化貨架設計

– 根據消費者的決策分類，將競爭商品擺放在相近的貨架位置上，並且根據重要性高低（如決策順位，銷售金額，銷售量，成長率等），按比例安排貨架空間大小



© Kantar Worldpanel

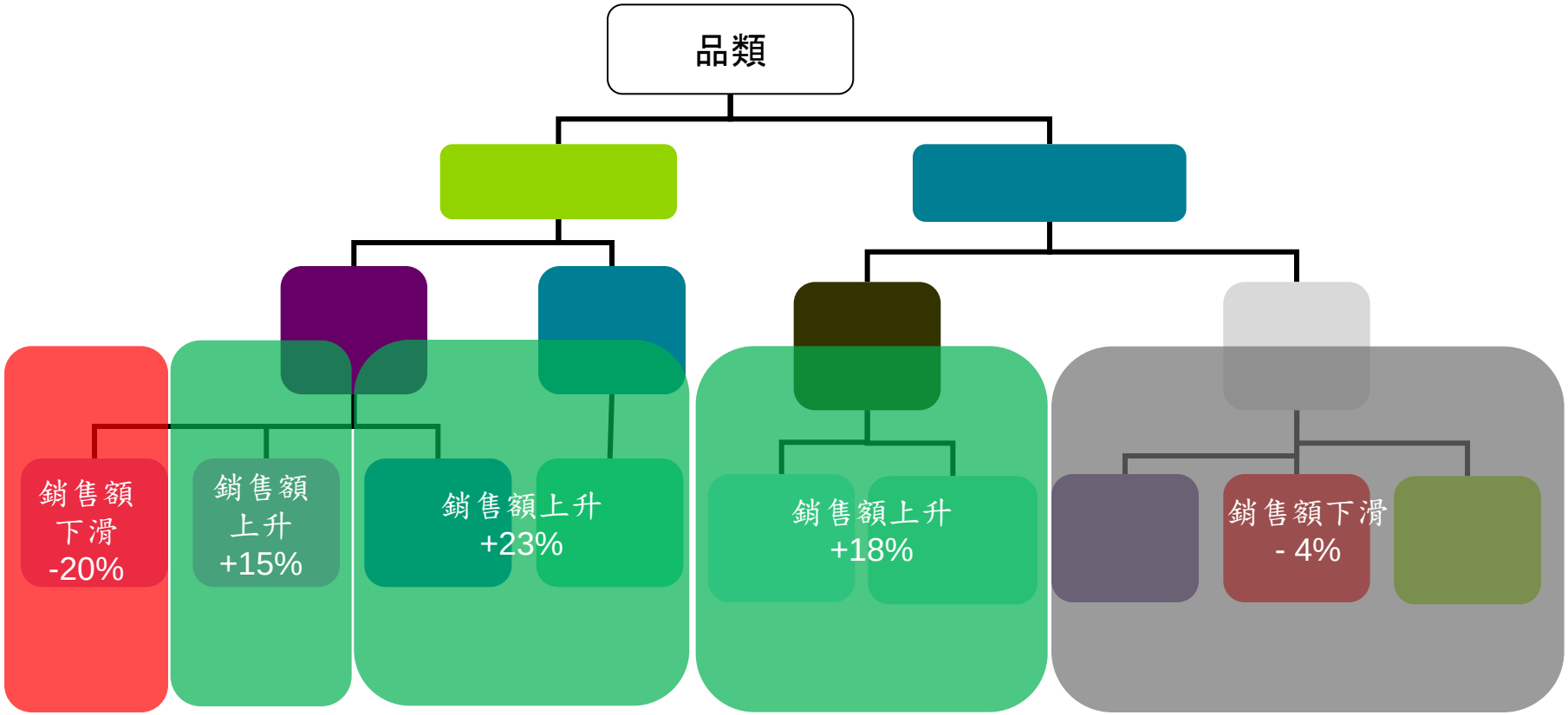
當消費者在貨架前找尋需要的商品時，要讓他們的目光集中在核心區域。

– 較重要的系列別，應該要放置在中間區域，避免落在貨架上高處或低處的角落，因為這些區域較不容易吸引消費者的注意。

Kantar Worldpanel © 版權所有，請勿對外發布

© Kantar Worldpanel

了解消費者認知下各區隔分類的成長率及市佔率，進一步決定它們在貨架上應佔的位置及空間大小



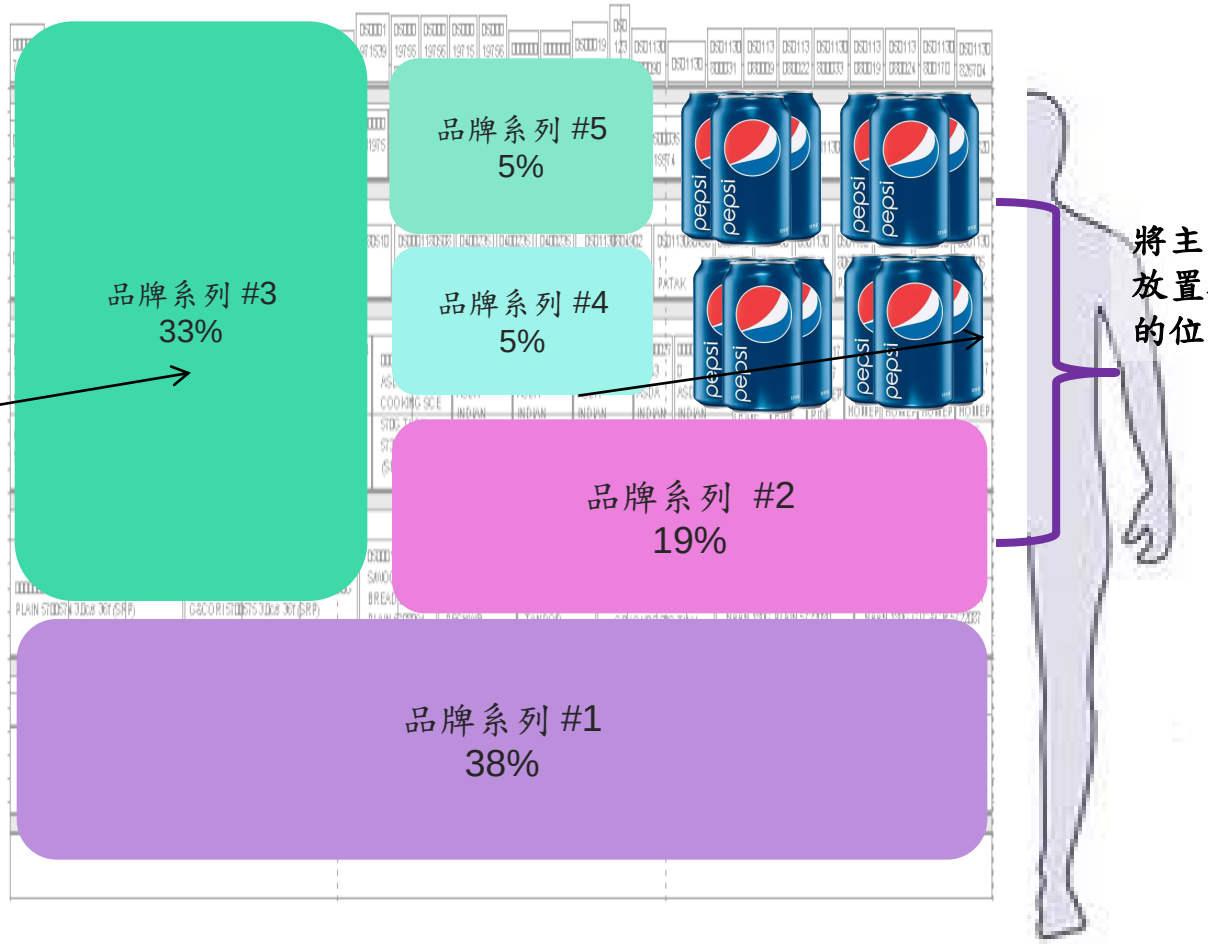
Kantar Worldpanel © 版權所有，請勿對外發布

© Kantar Worldpanel

貨架圖 – 應用在單一品牌上的原則

銷售成長快速的品類，應該要放置在胸口到腰部高度的貨架上。根據市佔率高低來分配貨架空間，以確保製造商和通路商能夠最大化品類成長潛力

品牌系列 #3佔了33%的貨架空間，因為成長快速，所以放置在最顯眼的位置



將主要成長的產品放置在胸口到腰部的位置

Kantar Worldpanel © 版權所有，請勿對外發布

© Kantar Worldpanel

二個產品上架的關鍵問題

- 在賣場的貨架上，我的產品應該要放在哪裡？
- 我的品牌與不同系列產品在貨架上應該如何陳列？
  (最顯眼的貨架/次要貨架/促銷貨架應該如何安排)

Kantar Worldpanel © 版權所有，請勿對外發布

任何問題或需求
請與您的服務窗口聯繫

© Kantar Worldpanel