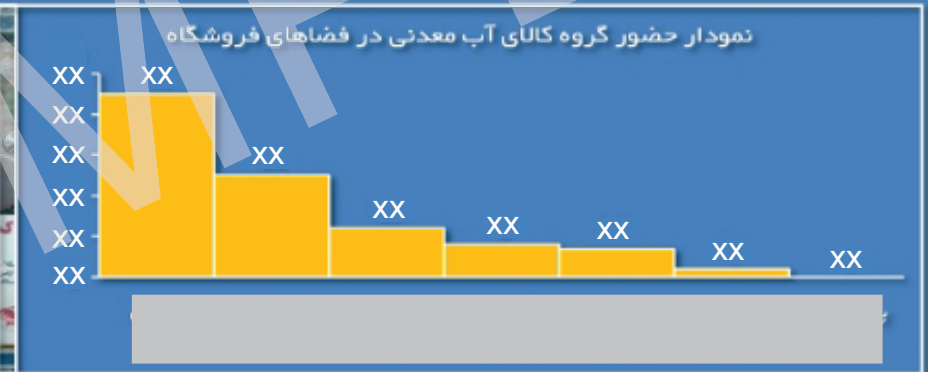


بررسی حضور گروه کالایی آب معدنی در فضاهای فروشگاه

در بخش بررسی فعالیت‌های ترفیعی و رونق‌افزایی (merchandising) این گزارش، فضاهای فروشگاهی به شش قسمت اصلی تقسیم شده که عبارتند از: ویت‌رین بیرونی، قفسه‌های داخلی، پیشخوان، یخچال و استندهای اختصاصی، کف و بیرون فروشگاه. با توجه به نمودار زیر، گروه کالایی آب معدنی به منظور دسترسی آسان مصرف‌کنندگان نهایی در همه فضاها حضور داشته و به ترتیب، بیشترین حضور را در یخچال، کف، بیرون، قفسه‌های داخلی، ویت‌رین بیرونی و استندهای اختصاصی به خود اختصاص داده است.



بررسی چشمگیری گروه کالایی آب معدنی در فضاهای فروشگاه

در بخش بررسی فعالیت‌های ترفیعی و رونق‌افزایی این گزارش، شاخص چشم‌گیری (visibility) برای سریع دیده شدن در نقاط طلایی فروشگاه مورد سنجش قرار گرفته که یافته‌های آن برای گروه کالایی آب معدنی به شرح نمودار زیر است. یافته‌ها نشان می‌دهد، چشمگیری گروه کالایی آب معدنی نسبت به انواع نوشیدنی نظیر: نوشابه‌های گازدار، مالشعیر، نوشابه‌های انرژی‌زا و سایر بیشتر هست.

