

MOZEK MÁ RÁD ŘÁD

ORGANIZOVANÁ A STRUKTUROVANÁ POP
MÉDIA PRODAJÍ VÍCE NEŽ TA CHAOTICKÁ
A PŘÍLIŠ KOMPLIKOVANÁ.

Komfortně se lidé cítí, pokud se snadno orientují, protože se pak mohou soustředit na jiné činnosti. A to platí i o místě prodeje, jež je obvykle prostředím prosyceným podněty.

PŘÍLIŠ SLOŽITÁ POP MÉDIA IGNORUJEME

POP média, jež jsou příliš složitá a těžko pochopitelná, budou ve zvýšené míře ignorována, nebo dokonce zpochybněna. Vyplatí se proto způsob vystavení tvořit a implementovat tak, aby působily přehledně a organizovaně, a přitahovaly tak k sobě kromě pozornosti i zájem o další interakci s nabídkou. Snadnější orientace a čisté a přehledné prostředí nepůsobí jen líbivěji, ale nevyvolává v mozku ani potřebu složitých rozpoznávacích procesů. Přehlednost a organizovanost

v kombinaci s jasným důrazem na promovaný produkt dovoluje nabídnout i více druhů produktů, aniž by se zákazník cítil přesyten.

EFEKTIVNĚJŠÍ JE JEDNODUCHÁ KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE

Není nutné vyobrazit a vystavit v rámci POP média vše, co je jen možné. S jednoduchou komunikací je totiž snazší předcházet kognitivní tenzi. I v běžném životě platí, že když někdo něčemu nerozumí, snaží se to vysvětlit složitě. Naopak ten, kdo si je v daném tématu či oboru jist, dokáže vše vysvětlit jednoduše. Dobré je na to nezapomínat i při tvorbě POP médií. S jednoduchou komunikační strategií jde ruku v ruce i co nejméně komplikovaná

navigace zákazníků, a to jak těch „rozhodnutých“, kteří hledají určité zboží, tak „nerozhodnutých“, které impulzivní výběr čeká teprve na prodejně. Rychlá a snadná navigace přispěje k tomu, aby se z rozhodnutých zákazníků nestali otrávení nakupující, kteří ztrácejí svůj drahocenný čas hledáním. „Nerozhodnutí“ nakupující sice počítají s časovou ztrátou více, neboť je čeká proces výběru, ale nepotěší je příliš mnoho možností, kde se musí složitěji orientovat a rozhodovat. Proto by se POP média měla zasadit o zjednodušení a zrychlení volby, kterou lidský mozek ocení. Není nic lepšího, než docílit toho, aby zákazníci z prodejny odcházeli s pocitem, že nakoupili vše, co odpovídá jejich aktuálním potřebám, bez nadměrného mentálního úsilí. Uspořádanost a dobrá orientace však nepřináší benefity jen pro zákazníky, ale



PŘÍKLADY POP APLIKACÍ PŮSOBÍCÍCH PŘEHLEDNÝM A USPOŘÁDANÝM DOJMEM

Zatímco na prvním obrázku jsou uvedeny příklady aplikací, působících přehledným a uspořádaným dojmem, na druhém je znázorněna exekuce chaotická a nepřehledná, u které se mozek spíše než na prezentovanou nabídku soustředí na dekódování zmatku. I zde platí, že „méně je více“.

Zdroj: www.creativehotlist.com/profile/l-kerbyson/portfolio/group3, www.behance.net, dostupné z: cz.pinterest.com/pin/494410865322470330, dago

i maloobchodníky a jejich dodavatele. Podporuje totiž impulzivní chování, zvyšuje vyrušení a zájem o interakci se zbožím a v konečném důsledku pozitivně ovlivňuje prodeje.

S uspořádaností a plynoucím lepším výkonem POP komunikace může pomoci těchto několik tipů:

- Mozek efektivněji pracuje se skupinami.
- Pokud jsou informace organizované a mají systém, vstřebá jich člověk víc.
- Strukturované POP materiály s logickým grafickým i obsahovým uspořádáním fungují lépe.
- Sortování a seskupování zvyšuje přehlednost a rychlost orientace.



Zdroj: fotoarchiv autora

Příklad POP aplikace působící chaotickým a neuspořádaným dojmem

- Barevné rozlišení skupin zlepšuje schopnost orientace.
- Vertikální segmentace funguje lépe než horizontální.
- Lépe fungují vizualizace uspořádané po směru hodinových ručiček.

■ V dojmu pořádku hraje roli i doplněnost a úhlednost vystaveného sortimentu.

Uspořádanost, jednoduchost a z toho plynoucí rychlejší orientace jsou pro nákupní zážitek i výsledný úspěch podpory prodeje důležité a je výhodné na ně při tvorbě i exekuci myslet. A v době pandemických opatření a z nich plynoucích změn nákupního chování více než dříve. Zákazníci tráví v prodejnách méně času a jsou selektivnější, proto i na POP komunikaci jsou kladeny zvýšené nároky a zvítězí ti, kteří mimo jiné dokáží efektivně působit na pozornost i zájem.

Daniel Jesenský, DAGO, s.r.o.