

Фотоаудит товарной выкладки

Карта кадров и наблюдений по зонам внимания, плотности, визуальным паузам и навигации.

ОБЪЕКТ	_____
АДРЕС	_____
ДАТА / УЧАСТНИКИ	_____

Короткий ответ

- [] Интерьер помогает товару быть главным, когда сам задаёт порядок, но не конкурирует с каждой упаковкой за первый план. _____
- [] Сначала определите иерархию ассортимента и решения, которые покупатель принимает в каждой зоне. _____

Как интерьер помогает товару оставаться главным

- [] Крупные плоскости - Задача: Объединить зал и снизить случайные контрасты; Проверка: Контрольные виды с реальным ассортиментом _____
- [] Оборудование - Задача: Задать модуль, уровни и понятную границу категории; Проверка: Заполнение типовой и предельной товарной матрицей _____
- [] Свет - Задача: Показать товар и иерархию без бликов и провалов; Проверка: Проба на реальных упаковках и материалах _____
- [] Навигация - Задача: Помочь найти категорию и следующий шаг; Проверка: Чтение на маршруте, а не только фронтально _____

Какие уровни и ритм облегчают восприятие

- [] дальний уровень обозначает категорию или ключевую историю, а не каждую позицию; _____
- [] средний уровень помогает сравнивать группы и видеть приоритетные продукты; _____
- [] ближний уровень содержит цену, вариант, характеристику и детали выбора; _____
- [] повторяющийся модуль позволяет быстро понять, где искать одинаковый тип информации; _____

Аудит контрольного вида

- [] Место - Что фиксировать: Точка маршрута, направление и дистанция; Вопрос: Это реальный взгляд покупателя? _____
- [] Главное - Что фиксировать: Категория, продукт или действие, которое должно читаться первым; Вопрос: Приоритет замечен без подсказки? _____
- [] Второй уровень - Что фиксировать: Группы сравнения и навигация; Вопрос: Понятно, куда смотреть дальше? _____
- [] Фон - Что фиксировать: Цвет, свет, оборудование, соседние категории; Вопрос: Что конкурирует с товаром? _____

Когда плотность начинает мешать выбору

- [] Порог зависит от категории, размера упаковки, знакомости ассортимента и задачи покупателя. _____

РЕШЕНИЕ ПО ИТОГУ

- [] Можно продолжать - критичные данные подтверждены _____
- [] Продолжать с условиями - перечислить, что должно быть подтверждено _____
- [] Остановиться - риск несоразмерен сроку, бюджету или сценарию бизнеса _____

ЗАМЕТКИ

Материал дополняет статью: essive.design/journal/vidimost-tovara-bez-vizualnogo-shuma/. Он помогает собрать исходные данные, но не заменяет обследование, расчёты и заключения профильных специалистов.