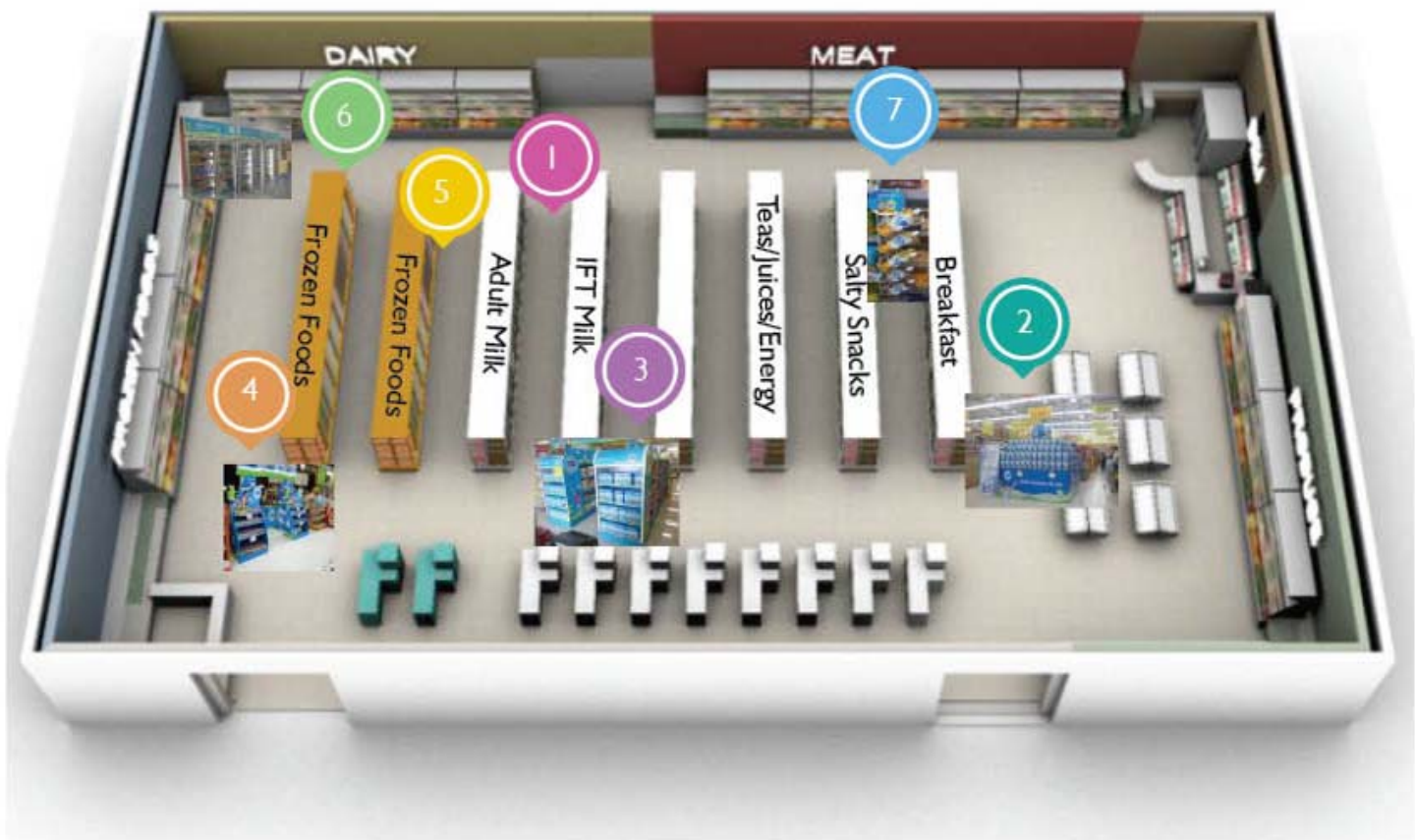


HYPERMARKET

SUPERMARKET



Points of Inspiration



▶ 1. Homeshelf Aisle

▶ 2. Floor Display

▶ 3. End Gondola

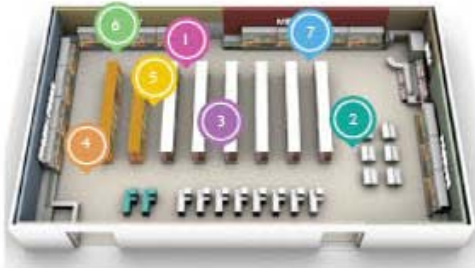
▶ 4. Self-Checkout Cooler

▶ 5. Frozen Food Rack

▶ 6. Dairy Chiller

▶ 7. Snack/Breakfast Isle

Points of Inspiration – Shopper & Consumer Insight: Hypermarket & Supermarket



► Homeself Aisle :

Shopper Insight

- Sensitif terhadap harga - panduan utk membantu shopper dalam mendapatkan produk-brand tertentu

Merchandising Implication

- Navigasi dan penyampaian pesan mempengaruhi dalam pembelian produk oleh shopper

► Floor Display – FMMH, HCO:

Shopper Insight

- Shopper hanya menyusuri lorong ini-full basket

Merchandise Implication

- Menciptakan transaksi bersifat *impulse stock up*, didukung dengan visibilitas dan info promo yang menarik/atraktif

► End Gondola :

Shopper Insight

- Shopper melakukan *browsing* terhadap lorong-lorong

Merchandising Implication

- Menciptakan transaksi *impulse stock up* melalui visibilitas yang atraktif dan informasi mengenai promo yang ada

► Self Checkout: Cooler :

Shopper Insight

- Dalam memilih Self Checkout , shopper mengutamakan kecepatan dan kemudahan dalam mendapatkan barang

Merchandising Implication

- Opportunity dalam menawarkan RTD sebagai nutrisi yang mudah didapatkan dan dikonsumsi (*Enjoy cold RTD*)

► Frozen Island:

Shopper Insight

- Shopper mencari makanan beku siap saji utk keluarganya

Merchandising Implication

- Sebagai reminder untuk membeli RTD sebagai pelengkap meal / produk makanan yang mereka beli

► Dairy Chiller

Shopper Insight

- Shopper mencari kebutuhan produk dairy yang bernutrisi

Merchandising Implication

- Menciptakan transaksi bersifat *impulse* melalui visibilitas yang atraktif

► Snack/Breakfast Aisle :

Shopper Insight

- Shopper mencari snack-cereal utk kebutuhan sarapan pagi bagi keluarga

Merchandising Implication

- Sebagai reminder untuk melakukan pembelian produk dairy sebagai pendamping sarapan (*taste enhancement & morning solutions*)