

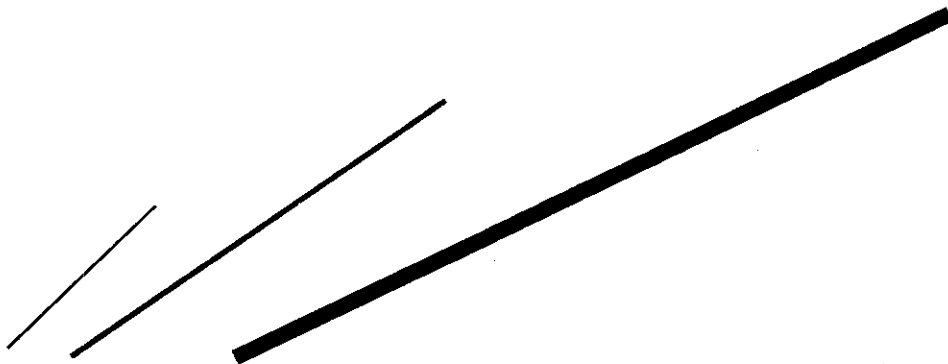
14



ข้อผิดพลาดที่มักปรากฏ

จากบทต่างๆ ที่ได้กล่าวถึงการจัดแสดงสินค้า อาจมีประเด็นหรือหลักการสำคัญที่ผู้จัดแสดงสินค้าอาจเผลอหรือหลงลืม ไม่ได้ปฏิบัติ ส่งผลให้การจัดแสดงสินค้าไม่ประสบความสำเร็จ ข้อผิดพลาดที่มักเกิดขึ้น ซึ่งผู้จัดแสดงสินค้าควรหลีกเลี่ยง พอสรุปได้ดังนี้

สินค้ามากเกินไป กรณีนี้มักเกิดขึ้นเมื่อพื้นที่มีจำกัด แต่สินค้าที่ต้องจัดแสดงมีมากชนิด หรือเจ้าของร้านเป็นผู้จัดแสดงสินค้าเอง ทำให้เกิดความต้องการใช้พื้นที่จัดแสดง ให้ “คุ้มค่าที่สุด” ด้วยการอัดสินค้าลงไปในพื้นที่จัดแสดงให้มากที่สุด เท่าที่จะกระทำได้ ผลที่ได้รับ คือ พื้นที่นั้นแออัดไปด้วยสินค้า ไม่น่าสนใจ ไม่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อได้ (หมายเหตุ-เน้นการจัดในตู้โชว์ หรือพื้นที่จัดแสดง ไม่ได้หมายถึงการเรียงสินค้าบนชั้นวาง)



สินค้าน้อยเกินไป กิจกรรมบางอย่างมีสินค้าน้อยชนิด และไม่รู้จักเทคนิคในการจัดให้ดู “มากพอ” ทำให้พื้นที่จัดแสดงแลดูโล่ง ผลที่ได้รับคือ ผู้ซื้อเกิดความรู้สึกเหมือนกิจกรรมนั้นกำลังจะเลิก ผู้จัดแสดงสินค้าจึงควรพิจารณาช่องว่างไม่ให้มีมากเกินไป หรือใช้อุปกรณ์และวัสดุตกแต่งเสริม หรืออีกกรณีหนึ่ง ด้วยการลดพื้นที่จัดแสดงลงให้มีสัดส่วนที่พอเหมาะกับจำนวนสินค้าที่จัดแสดง

ขาด Theme หรือมี theme มากเกินไป การจัดแสดงสินค้าที่ดีควรมี theme เพื่อช่วยให้ลูกค้าเข้าใจการจัดแสดงสินค้าได้โดยเร็ว เช่น การจัดแสดงสินค้าดูเย็น ใช้น้ำ theme เป็นหัวใจ ทำให้ลูกค้าเข้าใจถึงความเย็นได้ทันที การจัดแสดงสินค้าที่มี theme ยังทำให้ได้รับความสนใจมากกว่าด้วย อย่างไรก็ตาม หากมี theme มากเกินไป (เกิน 1-3) จะทำให้ได้รับความตรงกันข้ามกัน กล่าวคือ แทนที่จะได้รับความสนใจมากขึ้น กลับกลายเป็นไม่น่าสนใจเลย เนื่องจากแต่ละ theme จะแย่งกันสร้างความสนใจ ทำให้แข่งกันเอง จนไม่มี theme ใดสามารถดึงดูดความสนใจได้

ส่วนตกแต่ง (prop) มากเกินไป อุปกรณ์และวัสดุตกแต่ง มีหน้าที่เสริมให้ตัวสินค้าน่าซื้อ ผู้จัดแสดงอาจเปลืองใช้ prop มากเกินไป ด้วยหวังให้การจัดแสดงนั้นแลดูสวยงามที่สุด จน prop เป็นที่สนใจของลูกค้า แต่กลับทำให้สิ่งสำคัญที่สุดของการจัดแสดงคือตัวสินค้าด้อยลงไป ผู้จัดแสดงสินค้าจะต้องระลึกเสมอว่า เป้าหมายของการจัดแสดงสินค้าคือ การทำให้สินค้าน่าสนใจที่สุด ไม่ใช่จัดให้สวยงามที่สุดด้วยการเสริม prop มากมาย เทคนิคในการใช้ prop นั้น จะต้อง “มากพอที่จะทำให้สินค้าน่าซื้อที่สุด” และควรแสดงในลักษณะที่ลูกค้าสามารถแยกแยะออกจาก สิ่งใดเป็นตัวสินค้า และสิ่งใดเป็น prop

ส่วนตกแต่ง (prop) ไม่เหมาะสม ผู้จัดแสดงสินค้าไม่ควรใส่ prop ด้วยเหตุผลเพียงเพราะไม่ทราบว่าจะใส่อะไร prop มีหน้าที่เสริมให้สินค้าขายได้ เช่น การจัดแสดงก๊วยชามราคาแพง การใส่ผลไม้เป็น prop ต้องเสริมให้ก๊วยชามนั้นขายได้ ต้องเลือกผลไม้ที่เหมาะสม เช่น องุ่น ไม่ใช่ตะขบ

เปลี่ยนการจัดแสดงซ้ำเกินไป ไม่ควรปล่อยให้สินค้าที่จัดแสดงเป็นสินค้าเก่าตกชั้น หรือล้าสมัย หรือดูโช้วว่างเปล่า หุ่นโชว์เปลือย สินค้าที่จัดวางมีฝุ่นเกาะ สัญญาณเหล่านี้แสดงว่า เปลี่ยนการจัดแสดงซ้ำเกินไป การจัดแสดงสินค้าใหม่อยู่เสมอจะมีผลดี ทำให้

ลูกค้าเข้าร้านอย่างต่อเนื่อง ทำให้เห็นถึงความไม่หยุดนิ่งของกิจการ แม้จะเป็นร้านเล็ก ๆ ก็ไม่ควรละเลยในการเปลี่ยนการจัดแสดงอยู่เสมอ เช่น จัดแสดงใหม่เมื่อมีสินค้าใหม่ตกเข้ามา หรือในช่วงเวลาที่คาดว่าจะมีลูกค้าจับจ่ายกันมาก

ขาดความสนใจในรายละเอียด การจัดที่หลวม สับเพร่า ไม่ใส่ใจในรายละเอียด เช่น อุปกรณ์หรือเครื่องมือตกอยู่ในตู้โชว์ จะทำให้คนดูรู้สึกเหมือนจัดยังไม่เสร็จ ในบางกรณีทำให้ผู้ชมรู้สึกเหมือนว่าสินค้าเก่า ไม่น่าซื้อ เช่น มีฝุ่นเกาะตามตัวสินค้า กระจกตู้โชว์ไม่สะอาด ผู้จัดแสดงสินค้าจึงควรตรวจสอบรายละเอียดต่าง ๆ และแก้ไขหากพบข้อบกพร่อง

ใช้หลักการออกแบบไม่ถูกต้อง เช่น

- * ขาดจุดเด่น ไม่มีจุดที่ดึงดูดสายตาของผู้ชมได้ทันที
- * ขาดสมดุล น้ำหนักของการจัดแสดงอาจหนักไปข้างใดข้างหนึ่งมากเกินไป ด้านใดด้านหนึ่งว่างเกินไป
- * ขาดจังหวะ วางวัตถุต่าง ๆ กระจัดกระจาย ไม่มีสิ่งเชื่อมโยงสายตา
- * ขาดสัดส่วน นำของผิดส่วนมาแสดงร่วมกับสิ่งของปกติ

สินค้าที่จัดแสดงไม่มีคุณภาพ คงเป็นเรื่องน่าเสียดายอย่างมาก หากสินค้าที่นำมาจัดแสดงเป็นสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ ผู้ซื้อซื้อไปแล้วต้องผิดหวัง ซูเปอร์มาร์เก็ตแห่งหนึ่งนำอาหารสดที่หมดอายุมาปรุงเป็นอาหารสำเร็จรูปวางจำหน่ายให้กับลูกค้า ด้วยการตกแต่งให้แลดูน่ากินน่าหยิบ เพียงเพื่อต้องการทำยอดขายสูงสุดให้กับกิจการ จึงไม่กำจัดอาหารนั้นทิ้งไป ผลที่ได้รับคือ ลูกค้าที่ซื้ออาหารนั้นไปแล้ว ไม่สามารถบริโภคสินค้าได้ อาหารส่งกลับที่ไม่ดี ลูกค้าต้องผิดหวังและเข็ดหลาบต่อสินค้านั้น ไม่กลับมาซื้อสินค้าจากแผนกนั้นอีก

ไม่มีงบประมาณให้กับการจัดแสดง กิจการที่ไม่จัดงบให้กับการจัดแสดง หรือปล่อยให้จัดแสดงตามยถากรรม เช่น ใช้กระดาษหนังสือพิมพ์ปูพื้นตู้โชว์สินค้า ติดป้ายเก่าไม่เคยเปลี่ยน ภาพพจน์ที่ออกมาก็คือ กิจการแห่งนั้นไม่มีการปรับปรุง ไม่พร้อมจะแข่งขัน และลูกค้าจะหันไปสนใจร้านค้าอื่นที่มีการจัดแสดงสินค้าที่ดีกว่า

วางสินค้ากีดขวางทางเดินจนเกินไป ร้านค้าหลายแห่งเชื่อว่า การนำสินค้ามาวางขวางทางเดินของลูกค้า จะกระตุ้นความสนใจซื้อได้ ซึ่งเป็นสิ่งที่กระทำได้ และได้ผลพอควร แต่หากมีการวางสินค้ากีดขวางทางเดินมากเกินไป ลูกค้าจะรู้สึกอึดอัดและยังจะทำให้การจราจรภายในร้านไม่คล่องตัว ผู้จัดการวางสินค้าจึงควรคำนึงถึงความพอเหมาะในการวางสินค้าบนทางเดินของลูกค้า

สถานที่ไม่สะอาด ถ้าลูกค้าเลือกได้ เขาจะเลือกร้านค้าที่สะอาดกว่าในการซื้อสินค้า เรื่องความสะอาดของสถานที่เป็นเรื่องที่ร้านค้าหลายแห่งไม่ให้ความสนใจ ทั้งที่เป็นเรื่องสำคัญมากทีเดียว ความสะอาดนั้นนับตั้งแต่หน้าร้าน บริเวณภายในร้าน รวมไปถึงจนถึงห้องน้ำ และทางเดิน ยิ่งสะอาด ลูกค้ายิ่งประทับใจ

สรุป

ในระหว่างการปฏิบัติงานตกแต่งพื้นที่จัดแสดงสินค้า ผู้จัดการแสดงสินค้าอาจเผลอลืมหลักการที่ส่งเสริมความสำเร็จ ข้อผิดพลาดที่มักพบในการจัดแสดงสินค้า ได้แก่ มีสินค้าในการจัดแสดงมากเกินไปหรือน้อยเกินไป ขาด theme หรือมี theme มากเกินไป อุปกรณ์และวัสดุตกแต่งมากเกินไปหรือไม่เหมาะสมกับตัวสินค้า เปลี่ยนการจัดแสงสินค้าซ้ำเกินไป ขาดความสนใจในรายละเอียด ใช้หลักการออกแบบไม่ถูกต้อง สินค้าที่จัดแสดงไม่มีคุณภาพ ไม่มีงบประมาณให้กับการจัดแสดง วางสินค้ากีดขวางทางเดินจนเกินไป และความสะอาดไม่เพียงพอ

กิจกรรมท้ายบท

นอกจากข้อผิดพลาดที่กล่าวถึงในบทนี้แล้ว ให้นักศึกษาสังเกตการจัดแสดงสินค้าจากร้านค้าต่าง ๆ แล้วรายงานว่ามีข้อผิดพลาดอื่นใดอีกที่พบเห็น ทำให้การจัดแสดงไม่ประสบความสำเร็จ

ส่วนที่ 5

การจัดแสดงที่น่าสนใจ

- * P.O.P หรือการจัดแสดง ณ.จุดซื้อ
- * แฟชั่นโชว์
- * นิทรรศการและงานแสดงสินค้า
- * การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ

