

- promocje, obniżki cen
- „wystawki” przy kasie, coś co kupimy w ostatniej chwili stojąc w kolejce
- duże wózki na zakupy, które skłaniają do kupowania więcej
- zapach świeżego pieczywa
- odpowiednio dobrana muzyka
- rozkład alejek taki, żeby klient spędził w sklepie jak najwięcej czasu
- najpotrzebniejsze rzeczy (np. pieczywo) umieszczone najdalej od wejścia – żeby klient wszedł jak najdalej i kupił po drodze coś jeszcze
- hostessy zachęcające do zakupu, degustacje



