

4

ШАГА,

**КОТОРЫЕ ПОМОГУТ
ПРЕОБРАЗИТЬ МАГАЗИН И
УВЕЛИЧИТЬ ПРОДАЖИ**

БЕЗ ЗНАЧИТЕЛЬНЫХ ВЛОЖЕНИЙ

1

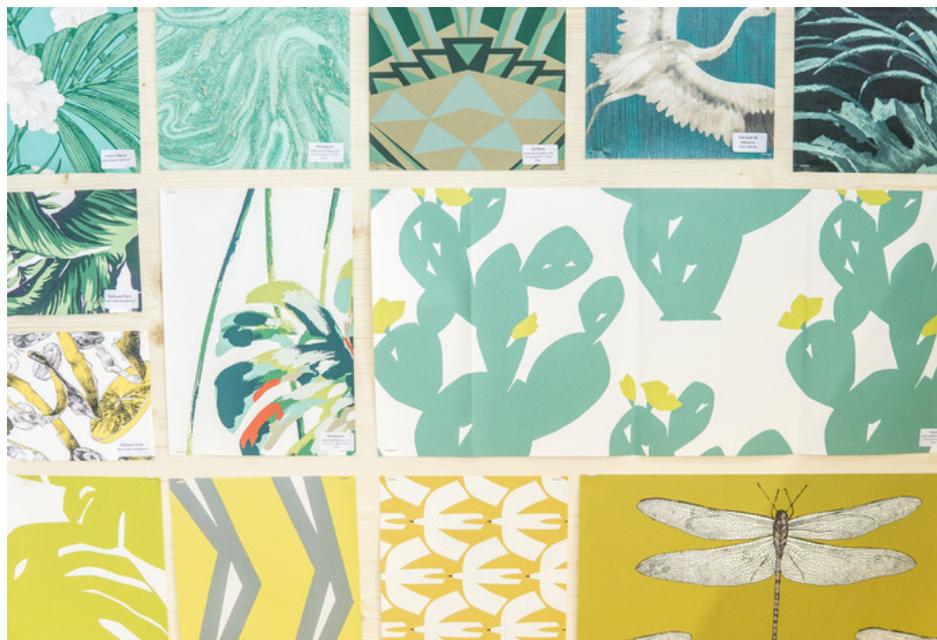
ОБНОВЛЯЙТЕ МАГАЗИН РЕГУЛЯРНО И С УМОМ!

Если позволяет площадь, постарайтесь выделить фрагмент, который вы будете регулярно обновлять. Там можно экспериментировать с новыми марками, знакомить покупателей с новинками ассортимента или последними трендами моды. Периодически обновляя интерьер, вы будете приятно удивлять своих клиентов и клиенток, а также сможете привлечь внимание тех, кто любит во время похода в магазин получать новые впечатления, кому скучно видеть то, что уже известно.

Согласно исследованию аналитической компании IPSOS, 83% клиентов во время похода в магазин ищут что-нибудь оригинальное и неожиданное.

СДЕЛАЙ САМ:

Визуально обновить пространство без особых затрат вы сможете, перекрасив фрагмент стены или наклеив оригинальные обои.



В настоящее время на рынке предлагается широкий ассортимент обоев с интересными орнаментами по доступной цене.

2

ПРИДАЙТЕ МАГАЗИНУ ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ХАРАКТЕР

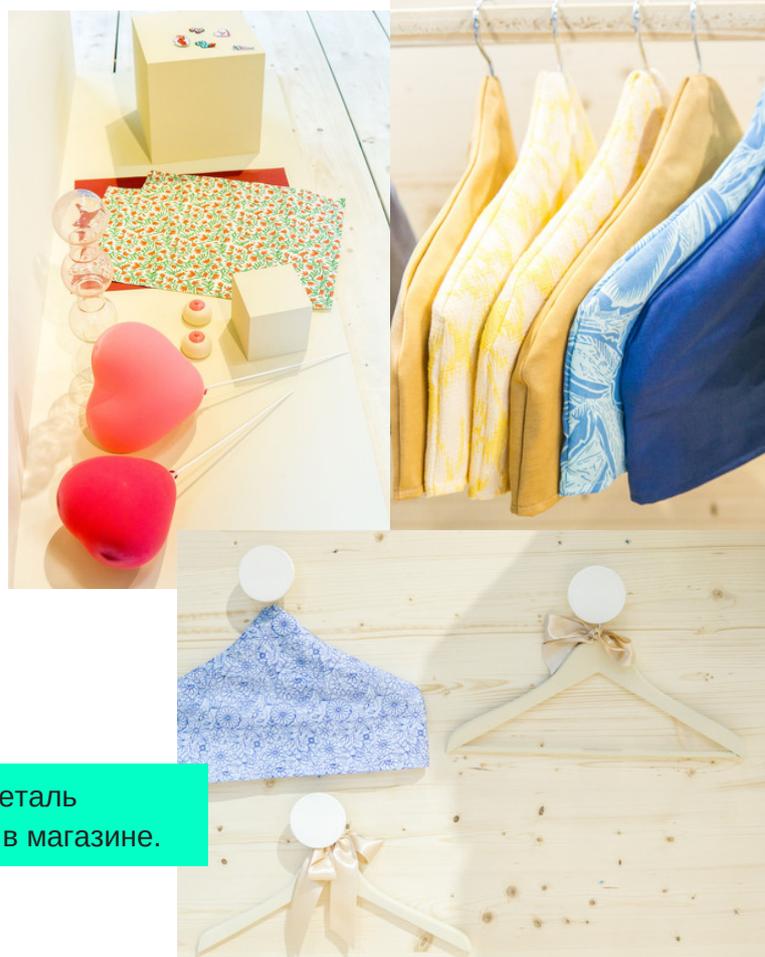
В борьбе с конкурентами за покупателей низкая цена не является решающим фактором, попробуйте использовать нематериальные стимулы. Легче всего это сделать, рассказав свою историю. Ваша индивидуальность подскажет вам, что окажется на полках магазина. Поделитесь рассказом о себе, познакомьте клиентов с историей товара, который у вас продается, но не забывайте при этом поддерживать стандарты обслуживания на высоте – именно такое сочетание позволит завоевать сердца клиенток.

36% женщин предпочитает покупать товары, за которыми стоит какая-нибудь история, а **45%** покупательниц старшего возраста и **43%** клиенток моложе **35** лет принимают решение о покупке на основании качества обслуживания.

(исследование было проведено агентством Opinionway по заказу Navas Paris)

СДЕЛАЙ САМ:

Подумайте о простых и недорогих элементах внутреннего убранства, которые придадут вашему магазину уникальный характер, выделят его на фоне конкурентов. Это могут быть подушки, свечи, рамки, или, к примеру, вешалки, украшенные фантазийной тесьмой, или даже приятный аромат, который будет разноситься по магазину.



Иногда достаточно добавить небольшую деталь (например, бантик), чтобы улучшить атмосферу в магазине.

ПРИВЛЕКАЙТЕ МОЛОДЕЖЬ

Если вы хотите привлечь молодых клиенток, и не только их, стоит обратиться к концепции так называемых «мягких продаж». Основной принцип этой концепции заключается в том, чтобы побуждать клиенток проводить в магазине как можно больше времени.

Допустим, в зоне примерки можно оформить хорошо освещенное пространство с фоном, идеально подходящим для селфи. Или там же организовать уголок ожидания в виде мини-кафе или библиотеки.

Подумайте о проведении различных мероприятий, поводом для которых может стать тестирование новых продуктов, встреча женщин вашего района или просто девичьи посиделки.

Согласно Opinoway, 60% француженок в возрасте от 18 до 24 лет предпочитают магазины, в которых можно совершать не только покупки.

СДЕЛАЙ САМ:

Предоставьте площадь вашего магазина для организации мероприятий, которые соберут людей. Это не обязательно должны быть серьезные семинары с известными экспертами. Достаточно пригласить клиенток на чай по случаю 8 марта, годовщины открытия магазина или на совместное тестирование новинок.



Простое решение: предложите клиенткам бесплатную воду, кофе или чай.

4

ОБЩАЙТЕСЬ СО СВОИМИ КЛИЕНТКАМИ

Оказывайте внимание своим клиенткам не только в салоне, но и за его пределами с помощью социальных сетей. Это не только позволит поддержать с ними контакт, но и даст возможность привлечь внимание других людей к вашему магазину. Согласно отчету Deloitte Digital, 29% покупателей склонны совершать покупку, если в этот день они столкнулись с какой-либо информацией об этом товаре в соцсетях. Что является наиболее действенной мотивацией для совершения покупок? Фотографии и видео. Главное – создать интересное, эмоциональное содержание и правильно выбрать инструмент распространения. Для индустрии красоты и моды ключевыми источниками являются Facebook и Instagram. Но почему бы не поэкспериментировать и с другими каналами?

Согласно журналу Forbes, пост с видеоматериалами в 4 раза более эффективен, чем информация в статичной версии.

СДЕЛАЙ САМ:

Самостоятельно продвигайте марки, которые представлены в вашем магазине. Именно это поможет вам выделиться из толпы конкурентов. Вместо того, чтобы использовать готовые снимки производителя, проводите свои фотосессии и снимайте видео о новинках в салоне.



Часто для интересной фотосессии нужна лишь оригинальная идея!

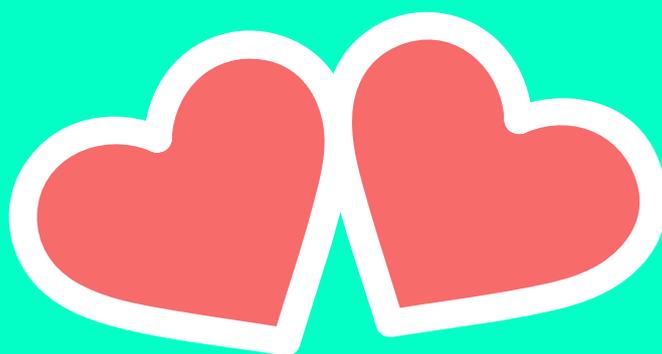


И в завершение мы поделимся еще одним советом

**Лучше сделать неидеально,
чем только строить
(пусть даже идеальные)
планы.**

**ТОЛЬКО ОПЫТ ПОМОЖЕТ ВАМ ДОСТИЧЬ НОВЫХ
ВЫСОТ В СОЗДАНИИ ИНТЕРЬЕРА, ОРГАНИЗАЦИИ
МЕРОПРИЯТИЙ ИЛИ ДАЖЕ ВЕДЕНИИ АККАУНТА В
INSTAGRAM. ДЕЙСТВУЙТЕ ПРЯМО СЕЙЧАС
И НЕ ЖДИТЕ, КОГДА НАСТУПИТ
ИДЕАЛЬНЫЙ МОМЕНТ ИЛИ ПОЯВИТСЯ
ИДЕАЛЬНЫЙ ПОВОД!**

УДАЧИ!

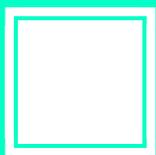


модное белье

Статья подготовлена по материалам презентации «Retail Academy», проведенной агентством Carlin (Париж) в июле 2018 года. Фотографии являются собственностью редакции.

Чек-лист

4 шагов:



**Регулярно обновляем
интерьер магазина.**



**Создаем в магазине
уникальную атмосферу.**



**Превращаем магазин
в место встреч.**



**Общаемся с клиентками
в социальных сетях.**