

Российское значит прибыльное

Достигнув оборота в \$80 тыс. в месяц магазин «ЧАСЫ СЛАВЫ» доказал: торговля российскими часами может быть прибыльной.

ТЕКСТ: ВЯЧЕСЛАВ МЕДВЕДЕВ

Магазин «ЧАСЫ СЛАВЫ» — первый и по своему уникальный проект по созданию мультибрендового часового салона российских марок. Он организован на месте бывшего заводского магазина 2-го МЧЗ «Слава». Получив в управление эту розничную площадку в октябре 2004 года, руководство Торгового центра «Слава» приняло решение отказаться от изжившего формата заводской лавки и создать современный часовой салон. В результате комплекса мер за полтора года удалось увеличить объем продаж практически в десять раз.

Три этапа

Пожалуй, ничто так не отражает правильность стратегии ТЦ «СЛАВА» и эффективность проведенных мероприятий, как помесечный график роста объемов продаж. Преобразование магазина проходило в три этапа.

На первом был проведен косметический ремонт в основном зале и заменено торговое оборудование. Также был набран и обучен абсолютно новый персонал, предпочтение отдавалось людям без опыта работы.

На втором этапе введен в строй новый зал для размещения более дорогих марок. Как и рассчитывали, расширение ассортимента дало не только увеличение общей выручки, но и увеличение объемов продаж собственной продукции под маркой «СЛАВА». На этом же этапе была осуществлена комплексная рекламная кампания в метро и прессе.

На третьем этапе были открыты зал ювелирных часов и историческая экспозиция, созданная на основе экспонатов заводского музея. Таким образом, было завершено концептуальное строительство магазина. Дополнительная рекламная кампания (пресса, перетяжки) привлекала в магазин новые группы покупателей, ориентированных на более дорогие товары. Заработало «сарафанное радио»: покупатели, побывавшие в магазине, стали рекомендовать его своим знакомым.

В декабре прошлого года рядом с магазином «Часы Слава» был открыт небольшой магазин импортных часов. Он никак не связан с основным проектом и призван получить деньги клиента, который даже после знакомства с ассортиментом российских марок продолжает интересоваться импортным товаром.

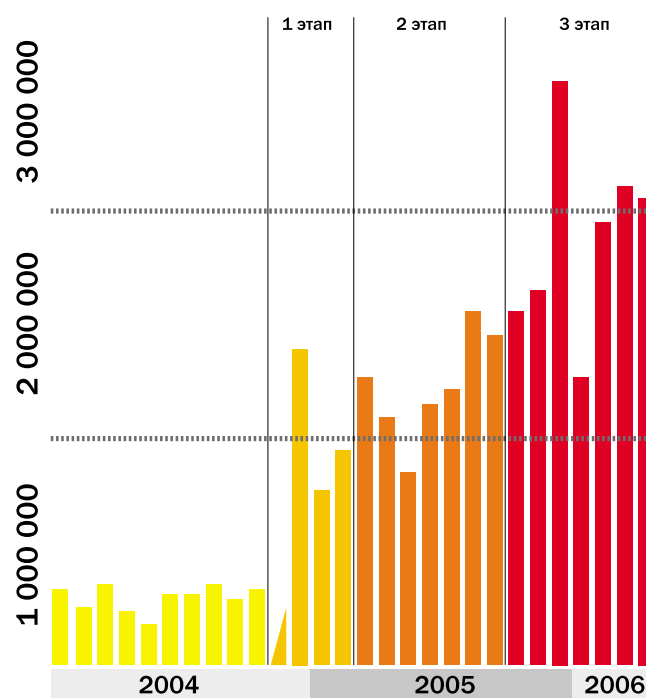
Итоги работы

В результате этих мер среднемесячная выручка магазина по сравнению с 2004 годом выросла почти в 10 раз и достигла

более \$70000. Подобным оборотом могут похвастать далеко не все салоны швейцарских часами. Таким образом, убыточная заводская лавка трансформировалась в современный прибыльный фирменный часовой салон, по доходности не уступающий салонам, работающим с импортными марками.

Сегодня салон «Часы СЛАВЫ» — специализированный магазин, в котором представлено около сорока российских марок. Здесь имеется специальный зал для продажи ювелирных часов российских марок. Расположенный в магазине музей значительно укрепляет авторитет торгового заведения и обслуживающего его персонала. С мая 2006 года магазин «Часы СЛАВЫ» включен в туристический маршрут известной американской

График распределения выручки магазина «Часы Слава»



туристической компании «GRAND CIRCLE TRAVEL».

Анализируя итоги работы магазина «Часы СЛАВЫ», можно выделить несколько продающих моментов:

- Расположенный внутри музей значительно укрепляет авторитет магазина и повышает доверие к представленным товарам.
- Наличие трех отделов с товарами разных ценовых категорий позволяет эффективно разделять целевые группы покупателей.
- Использование элементов фирменного стиля в оформлении магазина, торгового оборудования и одежде продавцов повышает имидж салона.
- Выкладка товара осуществляется в соответствии с рекомендациями производителей с обязательным использованием дисплеев..
- Для удобства покупателей гарантийная мастерская расположена непосредственно в салоне.
- Обсуждение рекламаций и претензий со стороны покупателей осуществляется в отдельном от торгового зала помещении директором магазина или старшим продавцом.

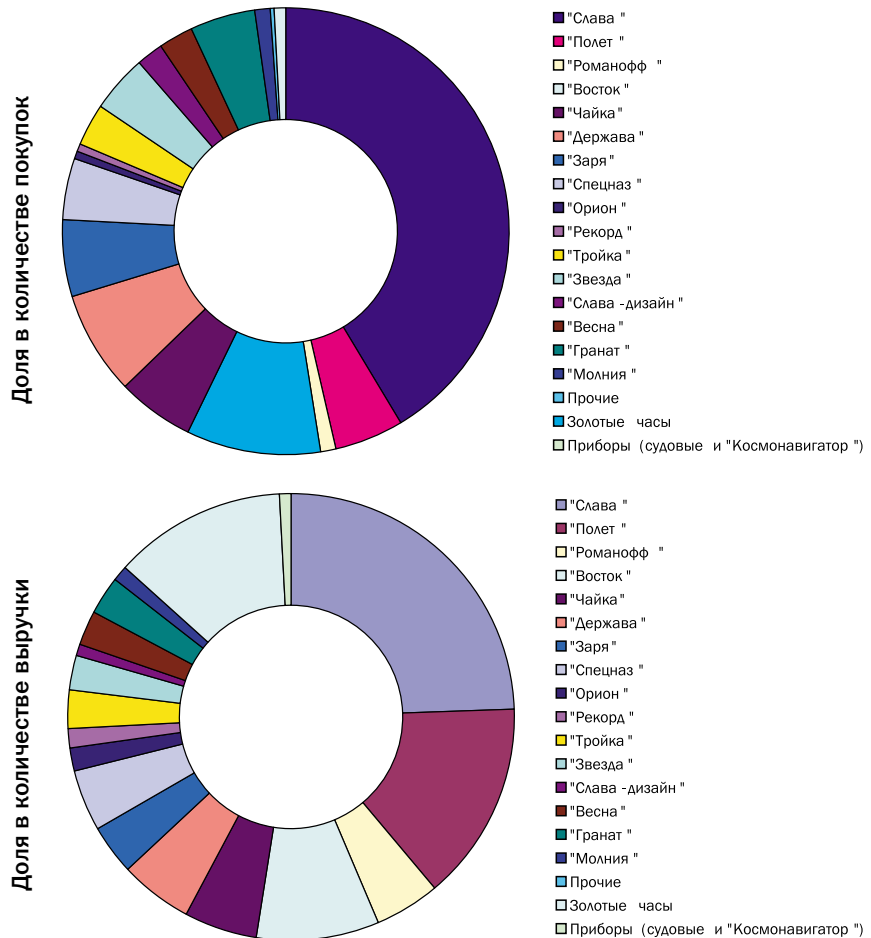
Технология клонирования

Один успешный магазин — это хорошо. Но можно ли воспроизвести полученный результат в другом месте? Руководство ТЦ «Слава» убеждено что да и готово делиться своим опытом. С этой целью 23 мая на базе уникального магазина был организован семинар, в котором приняли участие представители практически всех российских компаний-производителей и многих розничных и оптовых компаний.

Чтобы тиражировать бизнес, нужно понять главные черты, делающие его уникальным и прибыльным. Может показаться, что в случае магазина «Часы Славы» такими являются место или название. Вовсе нет. Причина успеха в другом: руководству удалось обеспечить высочайший уровень доверия покупателей и к торговой точке, и к представленной продукции.

Все основные отличия данного магазина от других работают именно на повышение уровня доверия. С точки зрения покупателей, расположение в здании часового завода гарантирует, что в этом магазине нет подделок, а продается только настоящий товар. Широкий набор марок в самых разных ценовых категориях дает сразу несколько преимуществ. Во-первых, в глазах клиента оно подтверждает, что российские часы — весь-

Структура продаж по часовым маркам в магазине «Часы Слава»



ма достойный и привлекательный товар. Во-вторых, дает возможность выбрать модель, подходящую по стилю и цене. В-третьих, видя большой ассортимент, клиент спокоен за то, что он делает выбор среди всех мыслимых возможностей. К тому же дорогие качественные марки задают общий настрой «часы — это красиво». Музейная экспозиция возвращает посетителей во времена, когда советские часы славились своим качеством и экспортировались в 50 стран мира, а расположенная в торговом зале мастерская гарантирует решение всех возможных проблем. Даже реклама работает не только на привлечение клиента, но и на формирование высокого уровня доверия: в рекламу плохого товара вкладывать деньги не будут.

В результате магазин имеет не только большой поток покупателей, значительная часть которых узнает о нем через «сарфанное радио». Человек готов больше заплатить продавцу, которому он доверяет. В результате магазин не только

не демпингует, что является привычным для заводских торговых точек, а наоборот держит цены на несколько более высоком уровне, чем другие торговые точки.

Все это подтверждает: идеологию магазина вполне можно клонировать. При этом не так важно, где именно он расположен и какой именно цвет имеет оборудование. Важно создать высокий уровень доверия к товару, а этого можно добиться, используя различные инструменты.

Сегодня российский часпром уже не похож на то, что мы видели 5-6 лет назад. Многие наши производители предлагают не менее качественные и интересные товары, чем зарубежные фирмы. Однако их продаже мешает прежде всего неведение владельцев магазинов в то, что торговля отечественными часами может быть прибыльной. Салон «Часы СЛАВЫ» наглядно показывает один из путей создания коммерчески эффективного часового магазина.