

Методика повышения конверсии в ювелирном магазине: актуальные аспекты

Современный ювелирный рынок характеризуется значительной конкуренцией розничных торговых сетей и экспансией крупных федеральных ритейлеров.

В таких условиях на первый план для каждого игрока выходит повышение конверсии в магазинах, позволяющее увеличить прибыль и эффективность бизнеса. Эта статья посвящена комплексу мер, разработанному и уже много лет используемому нашей компанией, который позволяет обеспечить максимальный покупательский трафик и увеличение продаж.

1. ПРИВЛЕЧЕНИЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ

Анализируя потребительское поведение, мы сформулировали ряд рекомендаций, каким образом привлечь внимание покупателей и удержать его, как заслужить доверие клиентов и стать к ним ближе.

1.1. Позиционирование и брендинг.

Определите свою целевую аудиторию: для кого вы открываете торговую точку в этой локации? Важно учитывать такие критерии как возраст, пол, уровень дохода,



стиль жизни и т. д. Живут, работают, учатся потенциальные покупатели в этом районе или это туристическое место? Исходя из результатов мониторинга, вы будете формировать ассортимент, составлять товарную матрицу магазина, рассчитывать ожидаемый средний чек. Это поможет и при разработке структуры сайта компании.

Продумайте уникальное позиционирование: выделите то, что сделает ваш магазин особенным и привлекательным. Какое преимущество вы предлагаете своим клиентам? Какие дополнительные услуги? Какой ассортимент и по каким ценам? Возможен ли предзаказ на ювелирные изделия на сайте и как это повлияет на их конечные цены?

Когда мы создавали наш бренд, то прежде всего думали о том, как повысить к нему доверие потенциальных покупателей. Нам это удалось в полной мере, во многом благодаря разработке запоминающегося логотипа, фирменного стиля, слогана, истории бренда. Узнаваемость и высокое качество обслуживания – залог того, что покупатель к вам вернется за следующей покупкой (разумеется, нельзя забывать и о различных программах лояльности).





Используйте визуальный контент — профессиональные фотографии украшений, видеоролики с демонстрацией изделий. Оригинальность и высокое качество визуального контента может значительно повысить интерес покупателя именно к вашему магазину и товару.

1.2. Маркетинг и реклама.

Эта тема настолько обширна и важна для продвижения бизнеса, что требует отдельной статьи. В рамках данной публикации мы остановимся лишь на первоочередных практических мерах, гарантированно привлекающих в магазин покупателей.

Разработайте маркетинговую стратегию: определите все возможные каналы продвижения (онлайн и офлайн). Используйте контекстную рекламу: в частности, настройте таргетированную рекламу в поисковиках. Организуйте акции: предлагайте скидки на определенные категории товаров, проводите конкурсы и розыгрыши. Сформируйте программу лояльности, включающую накопительные скидки, бонусы, подарки за покупки. Используйте социальные сети: публикуйте информацию о новых коллекциях, акциях и событиях в магазине.

1.3 Расположение и внешний вид магазина.

Безусловно, местоположение играет огромную роль, но остается ли этот фактор решающим для рознич-

ной ювелирной торговли? Предполагает ли удачная локация меньше затрат на трафик? Практика последних лет показывает, что эта непреложная истина начинает давать сбои. Для современной покупательской целевой аудитории в первую очередь имеют значение социальные сети и высказывания в них лидеров мнений. Поэтому важно комбинировать преимущества. Выбирайте место с высоким пешеходным трафиком и оптимизируйте маркетинговую стратегию развития магазина. При выборе места учитывайте доступность для людей с ограниченными возможностями, наличие парковки, этажность в ТЦ и т. д.

Изучите успешные примеры внешнего оформления в мировой практике и создайте привлекательную витрину — яркую, акцентную, демонстрирующую преимущества вашего товара.

2. СОЗДАНИЕ АТМОСФЕРЫ

2.1. Интерьер магазина.

Создайте атмосферу роскоши и элегантности: используйте дорогие материалы отделки, качественную мебель и систему освещения. Продумайте зонирование: выделите отдельные зоны для разных категорий товаров. Если магазин специализируется на премиальных коллекциях, то включите в интерьер зоны для примерки украшений и отдыха, где продавец-консультант сможет пообщаться с покупателем в комфортной обстановке. Обеспечьте максимальные

удобства: кресла, зеркала, достаточное освещение, увеличительное стекло, напитки, кондиционирование воздуха и др.

Создайте гармоничную экспозицию: демонстрируйте украшения в выгодном ракурсе и соответствующем освещении, используйте витрины оригинальной конфигурации, разнообразные подставки и другое торговое оборудование.

Воспользуйтесь возможностями аромамаркетинга. Однако применять ароматические свечи или диффузор нужно весьма осторожно. Если не рассчитать силу воздействия аромата, то эффект может быть прямо противоположным желаемому.

2.2. Обслуживание клиентов.

Обучите персонал: сотрудники должны быть компетентны, знать товар, иметь навыки общения с покупателями, уметь подбирать украшения. К консультантам, работающим с vip-клиентами, предъявляются особые требования. Обеспечьте индивидуальный подход: узнайте потребности и предпочтения клиентов, предложите им индивидуальные решения. Проводите консультации, помогающие клиентам разобраться в ассортименте, свойствах использованных в изделиях материалов, вариантах сочетания украшений. А если клиент считает, что разбирается в теме, то пусть он поделится своими знаниями — этот прием хорошо работает в диалогах с покупателями. Обратите внимание на дружелюбное общение: улыбайтесь, будьте вежливы, покажите клиентам, что вы заинтересованы в их присутствии. Проводите время в своих магазинах, участвуйте в продажах, показывайте, как необходимо работать с покупателем личным примером.

3. ПОВЫШЕНИЕ КОНВЕРСИИ В ТОРГОВОМ ЗАЛЕ

3.1. Визуальный мерчендайзинг.

Зонируйте витрины: в зонах лучшей видимости должны быть представлены наиболее интересные, популярные и дорогие украшения. Используйте манекены, точнее их части, в витрине: демонстрируйте на них украшения, создавая стильные образы. Организуйте тематические выставки-продажи: представьте коллекции, связанные единым замыслом. Используйте ценники, где четко и понятно указана стоимость товаров, а также стикеры с информацией о свойствах материалов, скидках, акциях и др.

3.2. Психологические приемы.

Просторные, не загруженные изделиями витрины создают ощущение роскоши и эксклюзивности. Используйте «эффект якоря»: предложите клиенту сначала более дорогой вариант, чтобы сделать более доступный вариант привлекательнее. Продумайте схемы «комбопредложений»: сочетайте украшения с другими товарами, например, с часами или иными аксессуарами. Применяйте

«эффект дефицита»: создайте иллюзию, что товар скоро закончится.

3.3. Дополнительные сервисы.

Любые вспомогательные услуги (бесплатная гравировка, ремонт и чистка изделий, подбор подарков и т. д.) повышают лояльность клиентов.

4. ОНЛАЙН-МАРКЕТИНГ

4.1. Создание интернет-магазина.

Изучите сайты мировых лидеров ювелирной индустрии. Свой интернет-магазин необходимо оформить в соответствии с фирменным стилем, наполнить информацией о товарах, отзывами клиентов. Используйте интернет-платежи: предоставьте клиентам возможность оплачивать покупки онлайн и с помощью системы быстрых платежей. Настройте и обеспечьте быструю и надежную доставку заказов (Почта России, СДЭК). Используйте онлайн-консультантов (ответный чат, телефон, электронная почта).

4.2. Продвижение в Интернете.

Используйте поисковую оптимизацию (SEO). Запускайте контекстную рекламу (таргетированная реклама в Яндекс и Google). Активно ведите аккаунты в соцсетях: публикуйте качественный контент, положительные отзывы лидеров мнений. Запустите email-рассылку: информируйте клиентов о новых коллекциях, скидках и акциях в магазине.

5. АНАЛИТИКА И ОПТИМИЗАЦИЯ

5.1. Сбор данных.

Проводите регулярный мониторинг продаж: анализируйте информацию, чтобы понять, какие товары и категории товаров пользуются наибольшим спросом. Наша практика показывает, что наиболее показательным критерием в данном случае является коэффициент оборачиваемости денежных средств. Проводите опросы клиентов: получайте обратную связь, чтобы совершенствовать сервис.

5.2. Оптимизация.

Анализируйте данные, полученные в результате мониторинга продаж, чтобы внести изменения, которые повысят конверсию. Тестируйте различные варианты, чтобы понять, какие изменения оказывают наибольшее влияние на конверсию. Будьте гибкими и адаптируйте стратегию развития бизнеса к трансформирующимся условиям рынка.

Подводя итоги, следует отметить, что повышение конверсии в ювелирном магазине — это комплексная задача, требующая тщательного планирования и последовательной реализации решений. Рекомендации, основанные на практическом опыте и приведенные в статье, помогут привлечь в магазин максимальное количество потенциальных клиентов, увеличить продажи и сделать свой бизнес более успешным.