## Бренд как жертва хорошего расположения точки продажи

Почему многие создатели франчайзинговых сетей занимаются брендом в последнюю очередь?

#### Смысл

# Вы делаете бизнес, в котором должен быть заинтересован потенциальный партнер

### ВСЕ ЭТО ВАЖНО:

Бизнес-идея
Оборудование
Название торговой точки
Система подготовки людей
Оформление
Продвижение
Стоимость поддержания
И многое другое...

#### Не мне вам рассказывать...

- Три главных причины успеха:
  - -Место
  - -Место и

## -MECTO

#### Но что будет...

... когда все места закончатся?

#### Когда все места закончатся

- Будет важна пара «место и бренд»
  - Без хорошего расположения retail-бизнес не живет
  - Без хорошего бренда к нему в точку не хочется заходить, даже если она хорошо расположена

#### Что такое бренд

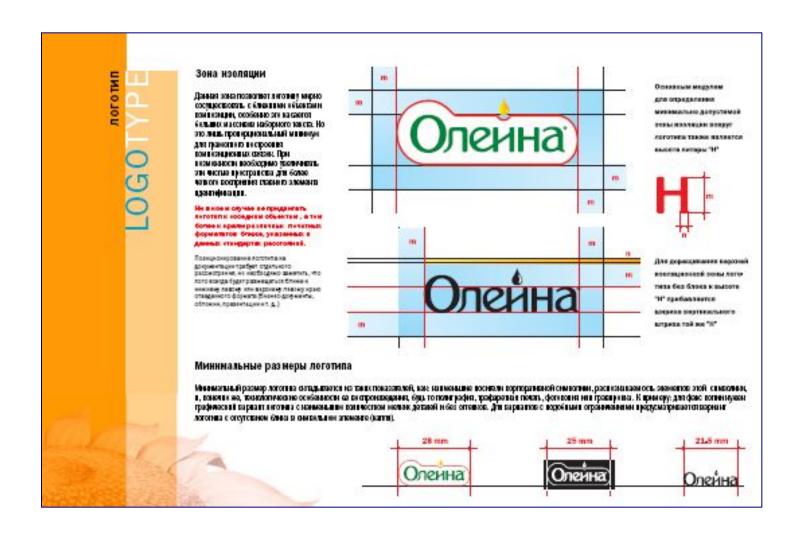
- Те выгоды, которые получает потребитель в вашей точке по сравнению с другими расположенными «рядом» точками
- Выгоды
  - Функциональные, Эмоциональные,
     Психологические, Социальные

#### Выгоды

- Функциональные
  - Быстрое обслуживание, удобное помещение, приветливый персонал, хороший ассортимент, оформление
- Эмоциональные
  - Приятно быть (входить, выходить), улыбка, атмосфера
- Психологические
  - Личные ощущения, которые расширяют ощущения человека
- Социальные
  - Осознание человека и социального окружения

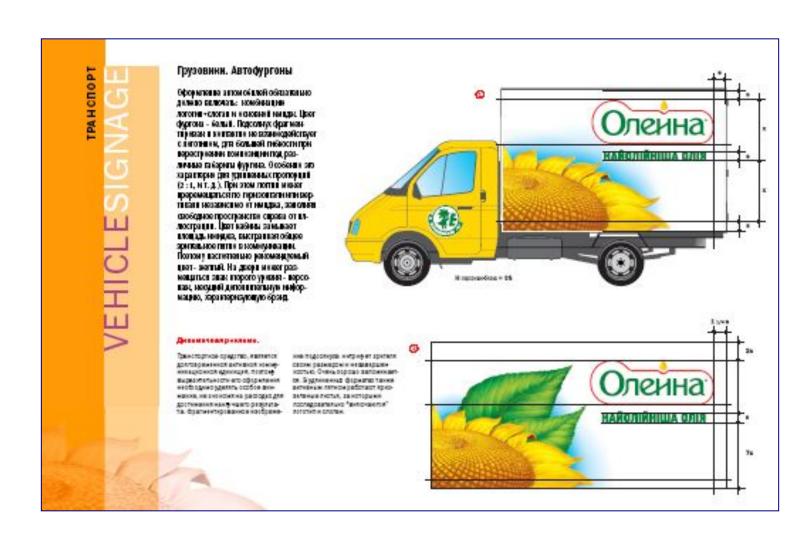
#### Итак

• Если у вас не осталось хорошего места (или оно «равно» местам других), то вам нужно думать о бренде









#### Если есть Identity и место, то пора создать бренд

- Чем мы «внешне» лучше конкурентов
- Что потребитель «получает» от посещения нашего магазина (точки)
- Что он рассказывает друзьям про нашу точку
- Какие поводы вызывают у него желание прийти именно к нам
- Как мы можем каждый раз радовать посетителей нашей точки

#### Ответ на эти и другие вопросы



www.brandblog.ru

+38067 2202067 Валентин Перция