

Концепция по организации точек продаж



globaldrive



Часть 1

Единый фирменный стиль в точках продаж

1. Единый фирменный стиль в точках продаж

1.1. Вывеска и табличка с графиком работы



1. Над входом в торговую точку должна быть размещена вывеска с объемным логотипом Globaldrive в палитре корпоративных цветов из бренд бука.
2. Справа или слева от входа в торговую точку должна быть размещена информационная табличка с графиком работы магазина в палитре корпоративных цветов из бренд бука.

1. Единый фирменный стиль в точках продаж

1.2. Брендирование фасада

Фасад здания должен обладать фирменным баннером, изготовленным в палитре цветов из бренд бука, и включать изображения техники и логотипов из основной товарной группы, реализуемой в магазинах Globaldrive



1. Единый фирменный стиль в точках продаж

1.3. Дресс-код менеджеров по продажам

- В тёплое время года в точках продаж менеджеры должны носить футболки поло белого или синего цвета, в левой части груди и на спине которых должен располагаться логотип Globaldrive белого или синего цвета.

- В зимние месяцы менеджеры по продажам должны носить безрукавки синего или белого цвета с логотипом Globaldrive в левой части груди и на спине. Их основной материал не должен быть блестящим. Изготавливать безрукавки рекомендуется из флисовой ткани.





Часть 2
Комфортная среда
в точках продаж

2. Комфортная среда в точках продаж

2.1. Постоянное присутствие менеджера в зале

- Во время работы точки продаж в торговом зале должен всегда находиться хотя бы 1 менеджер по продажам. Клиент не должен самостоятельно перемещаться по торговому залу в поисках того, кто даст ему информацию о товаре.

- Каждый менеджер должен иметь бейдж с указанием имени и должности. Это позволит клиенту опознать сотрудника, который сможет дать ему исчерпывающую информацию по водно-моторной или технике для активного отдыха.



*Риски. Если клиент ходит по залу один, он может случайно или намеренно повредить товар или совершить хищение, отснять неисправность товара, что в дальнейшем повлечёт к репутационным потерям.

2. Комфортная среда в точках продаж

2.2. Распределение товара и его характеристики

Распределять товар в точках продаж необходимо по товарным группам - лодки отдельно, ПЛМ отдельно, SUP отдельно и т.д.

- По центру размещаются лодочные моторы и атрибутика, вдоль стен лодки и другая техника (мотобуксировщики, электромобили, снегоходы и пр.).
- Распечатать на листе бумаги изображение товаров из товарной группы с таблицей с ТТХ и разместить на товаре (в полиэтиленовом канцелярском файле).



Нельзя размещать товар друг на друге или на коробках, а также допускать смешивания товарных групп - зондировать торговое пространство!

2. Комфортная среда в точках продаж

2.2. Распределение товара по характеристикам



*Риски: Игнорирование рекомендаций данного раздела приведёт к визуальному превращению точек продаж в складские помещения, визуальному захламлению и хаосу.

2. Комфортная среда в точках продаж

2.3 Установка потолочных вывесок с указанием групп товаров

Товарные группы в точке продаж должны быть разграничены с помощью табличек, закрепляемых на потолке.

Таблички должны быть изготовлены в палитре корпоративных цветов из бренд бука. Фон - синий, цвет букв – белый.



2. Комфортная среда в точках продаж

2.4 Стойка с указанием локаций и кратким описанием товаров

На входе в точку продаж необходимо установить стойку с указанием основных товарных групп и их кратким описанием.

Стойка должна быть изготовлена в палитре корпоративных цветов из бренд-бука.

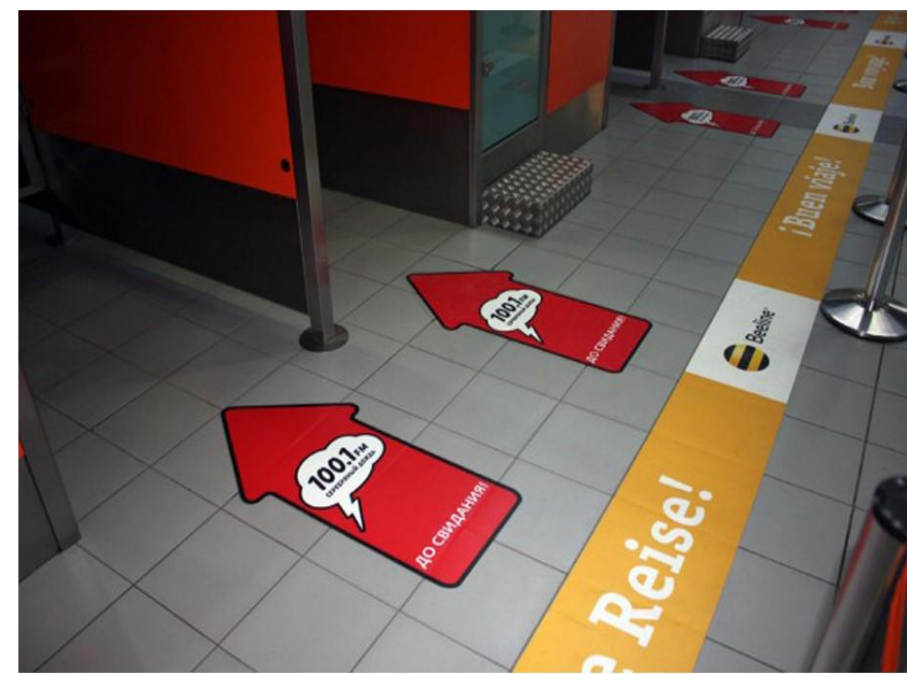


2. Комфортная среда в точках продаж

2.5 Размещение информации о товарных группах на стенах, ступенях, полу

Необходимо задействовать стены, ступени и пол, которые располагаются на пути клиента к торговому залу.

На этих поверхностях необходимо размещать информацию о компании, товарных группах, ассортименте и пр.

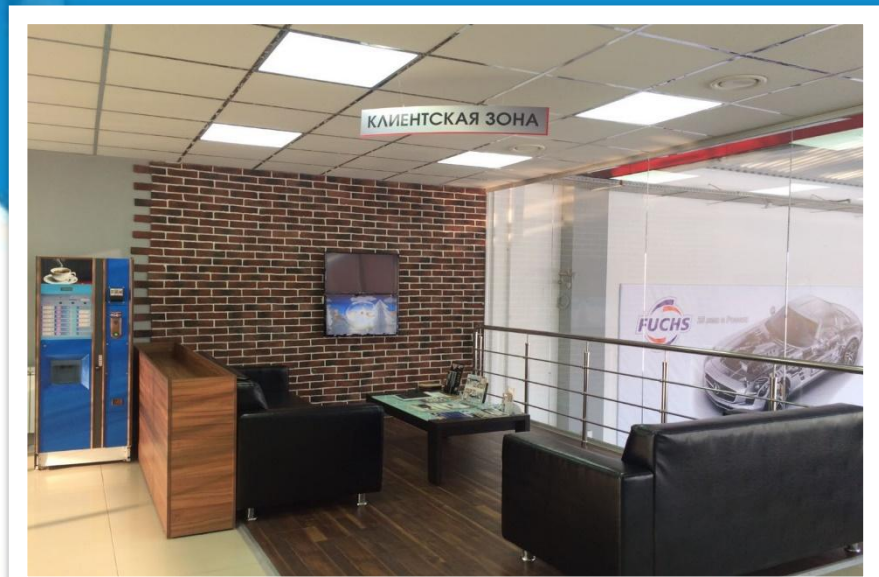


2. Комфортная среда в точках продаж

2.6 Организация клиентской зоны

В каждой точке продаж должна быть устроена клиентская зона, в которой клиенты могли присесть, выпить чай, кофе или воды.

Клиентская зона должна быть оборудована столом с размещенными на нём рекламными и информационными материалами (журналы, брошюры, проспекты, промо-листовки, тейбл-тенты с указанием наших сайтов, аккаунтов в социальных сетях и призывом подписаться).



2. Комфортная среда в точках продаж

2.7 Размещение X-стойки с актуальной акцией

В торговом зале на видном месте необходимо размещать X-стойку с горячим предложением, действующим в данный момент времени во всех точках продаж Globaldrive.

Стойка должна быть изготовлена в палитре корпоративных цветов из бренд бука.

РАСПРОДАЖА
САМЫЕ НИЗКИЕ ЦЕНЫ НА РЫБОЛОВНЫЕ
И СПАСАТЕЛЬНЫЕ ЖИЛЕТЫ
на стендах компании GlobalDrive (№3,2 и 04)

ЖИЛЕТЫ РЫБОЛОВНЫЕ
999 РУБЛЕЙ ~~1999р~~

Mikatsu и Stormline
СПАСАТЕЛЬНЫЕ ЖИЛЕТЫ
~~6990р~~ 1490 РУБЛЕЙ

2. Комфортная среда в точках продаж

2.8 Размещение отдельных ценников на аксессуары и комплектующие

В торговом зале необходимо размещать отдельные ценники на аксессуары и комплектующие.

Ценники на них должны быть изготовлены в палитре корпоративных цветов из бренд бука.





Часть 3

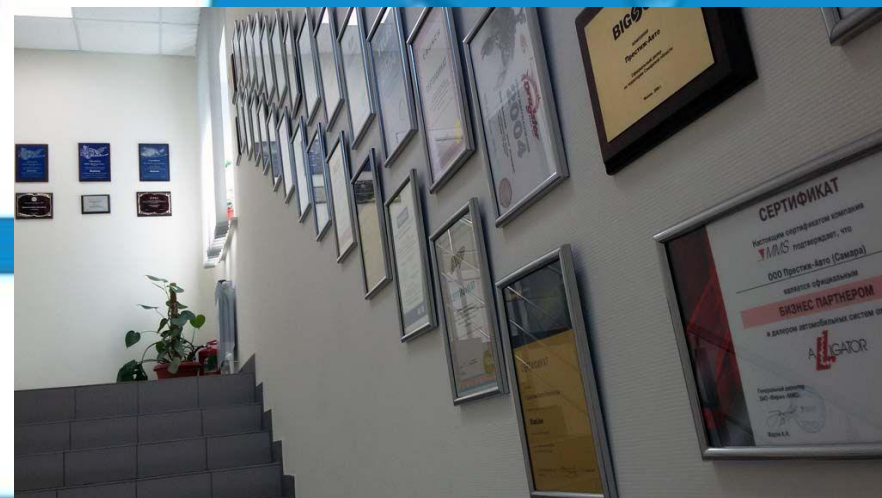
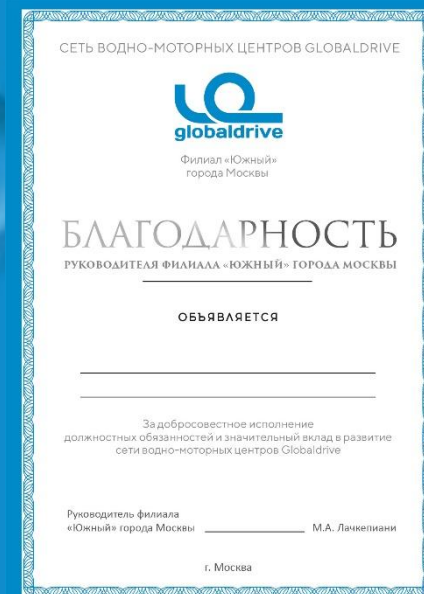
Корпоративная культура в точках продаж

3. Корпоративная культура в точках продаж

3.1 Визуализация заслуг и достижений компании

В точках продаж должны быть размещены грамоты с мероприятий, благодарности сотрудникам, живые фотографии техники, а также символика и логотипы собственных брендов компании.

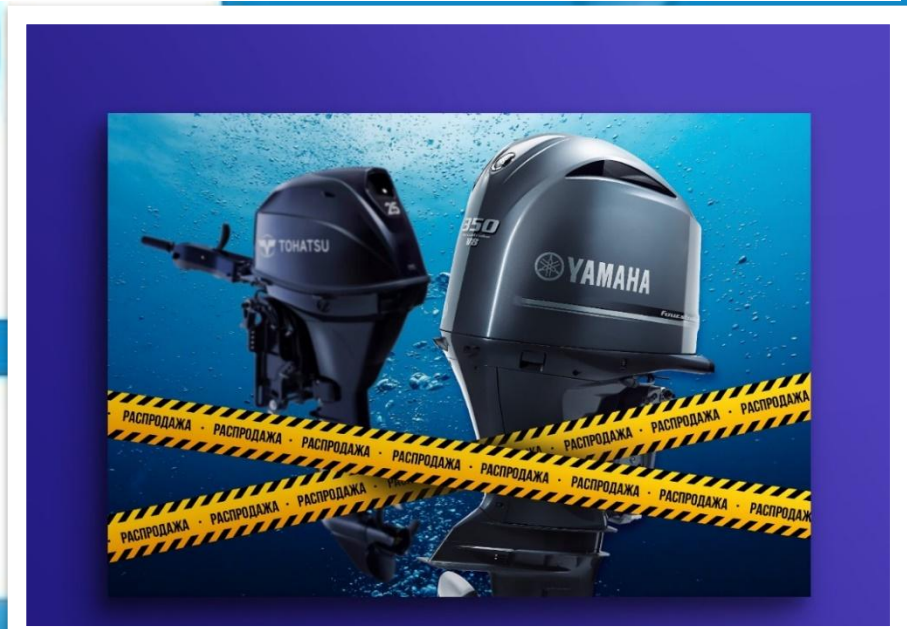
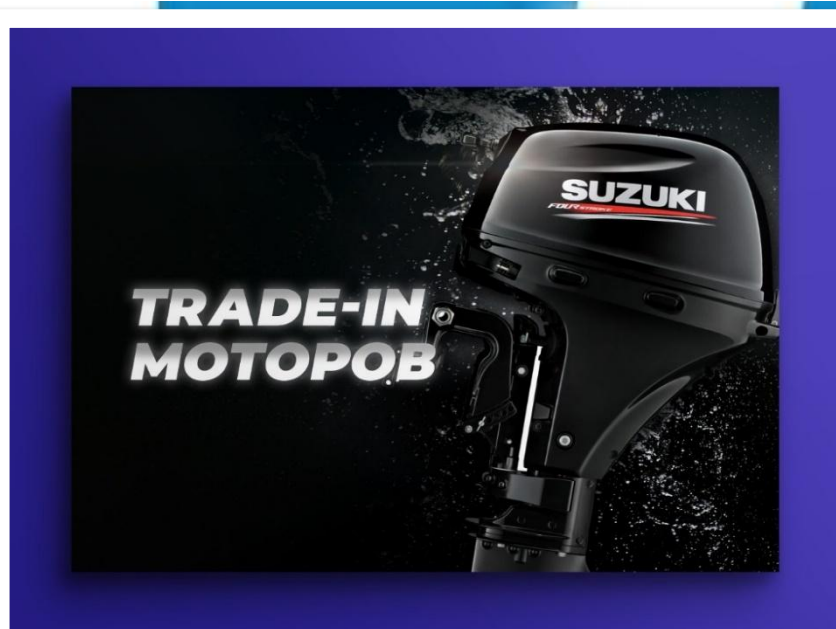
Рамки и помещенные в них материалы должны быть изготовлены в палитре корпоративных цветов из бренд бука.



3. Корпоративная культура в точках продаж

3.2 Украшение стен тематическими изображениями

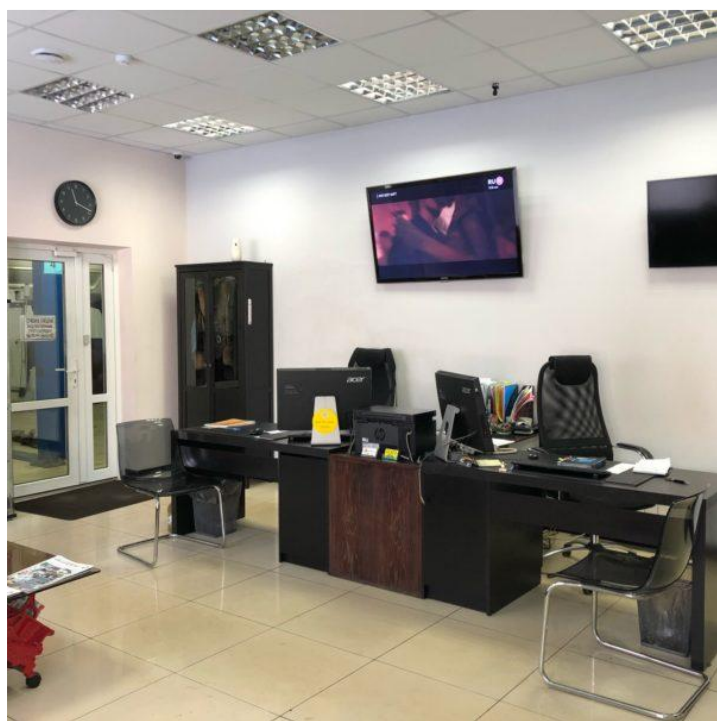
Стены в различных зонах торгового зала с основными товарными группами должны быть снабжены баннерами или оклеены плёнкой с изображением техники из товарных групп. Допускается размещение напольной графики, логика которой должна также им соответствовать.



3. Корпоративная культура в точках продаж

3.3 Создание комфортных условий для клиента при ожидании

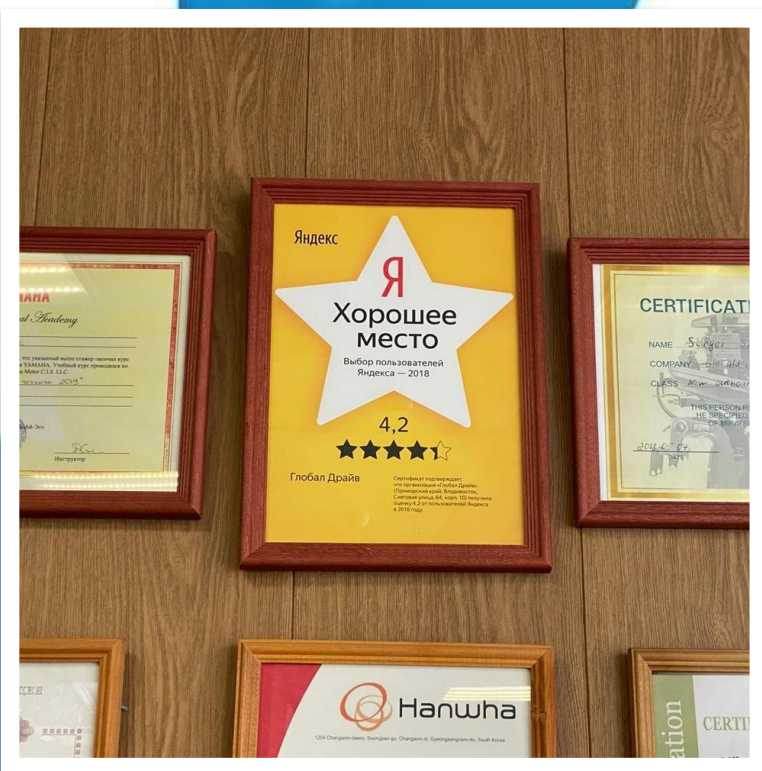
Необходимо разместить в торговой точке телевизор (или монитор) для трансляции имиджевых роликов компании, сюжетов с мероприятий и пр.



3. Корпоративная культура в точках продаж

3.4 Создание лояльной атмосферы в глазах клиента о репутации компании.

Необходимо разместить в торговой точке на видном месте наклейки с оценкой рейтинга магазина, основанного на отзывах в Яндекс картах.





globaldrive