A large, bold, black letter 'R' that serves as a background logo. The vertical stem of the 'R' contains the text 'REKANA MARKETING AGENCY' in white, slanted, uppercase letters.

10 августа 2020
Елена Бардина
rekana.ru

МЕБЕЛЬНЫЙ САЛОН 2020

Стратегический маркетинг
Брендинг
Мерчандайзинг
Бизнес-Обучение
Консалтинг

КТО Я И ЧТО ПРОИСХОДИТ:

Меня зовут **Елена Бардина**.

Эксперт-практик в области визуального и выставочного мерчандайзинга.

Предприниматель, сооснователь и управляющий партнёр первого в России маркетингового агентства для мебельных и производственных компаний REKANA

Прикладной маркетинговый опыт – более 17-ти лет
Ритейл-проекты: ASKONA, OPRIME, GENIUS PARK, MIASSMOBILI и др. (Россия, Узбекистан, Украина)



О ЧЕМ ПОГОВОРИМ?

- **Ритейл-формат оптимальный для развития в кризис: МЦ, ТРЦ или стрит-ритейл?**
- **Мебельная розница после карантина? Модели и тренды потребительского поведения**
- **Краткая инструкция для «перезагрузки» вашего салона**

Выбор торговой площади:

1. Специализированный ТЦ (мебель/интерьер/отделка)



АУДИТОРИЯ, позиционирование (в т.ч. ценовое) ТЦ
= ВАША АУДИТОРИЯ, ВАШ ПРОДУКТ, ВАШЕ
ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Удобство расположения ТЦ (транспортная
доступность, паркинг)

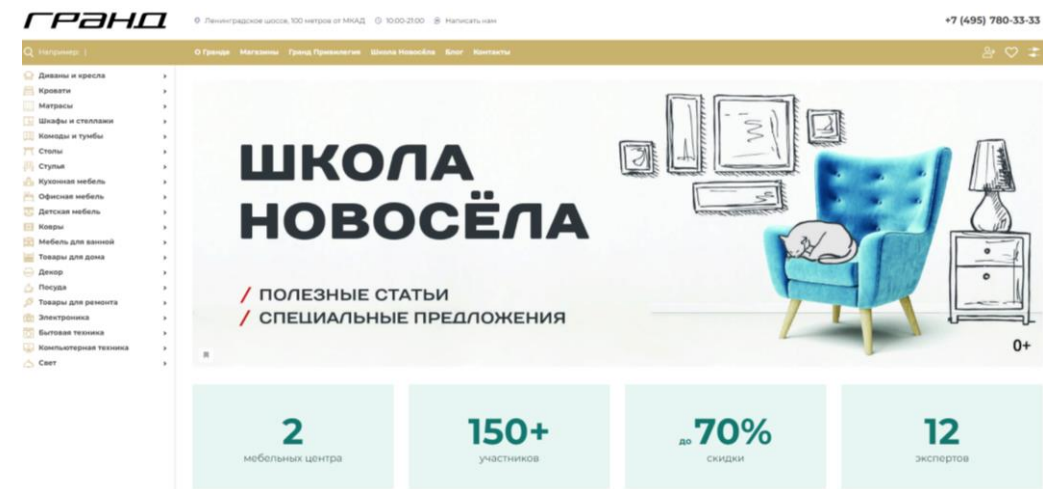
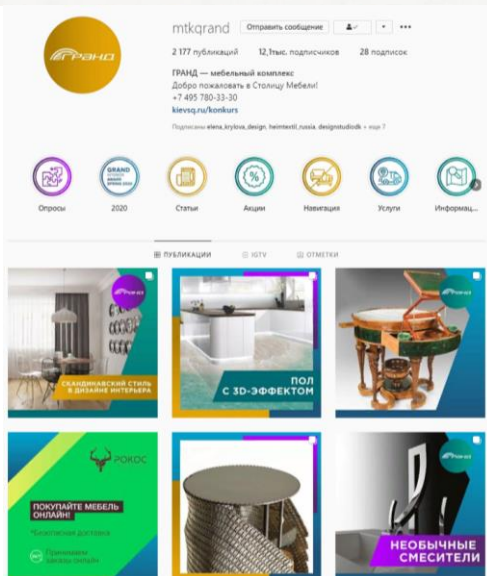
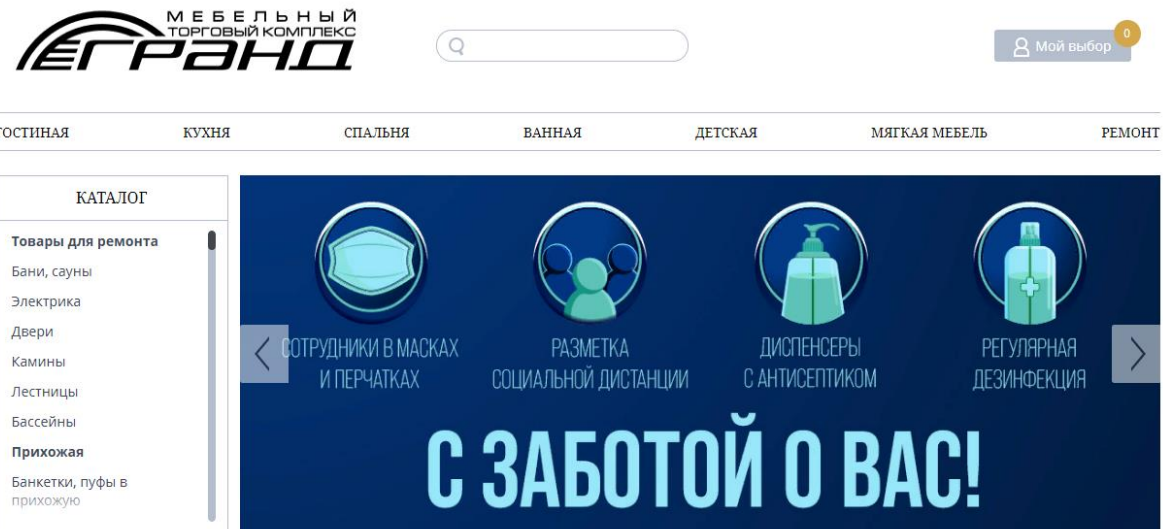
Проходимость/трафик (как генерят и какие каналы
используют?)

РК ТЦ (где и как? – кто ЦА?) – EVENTS

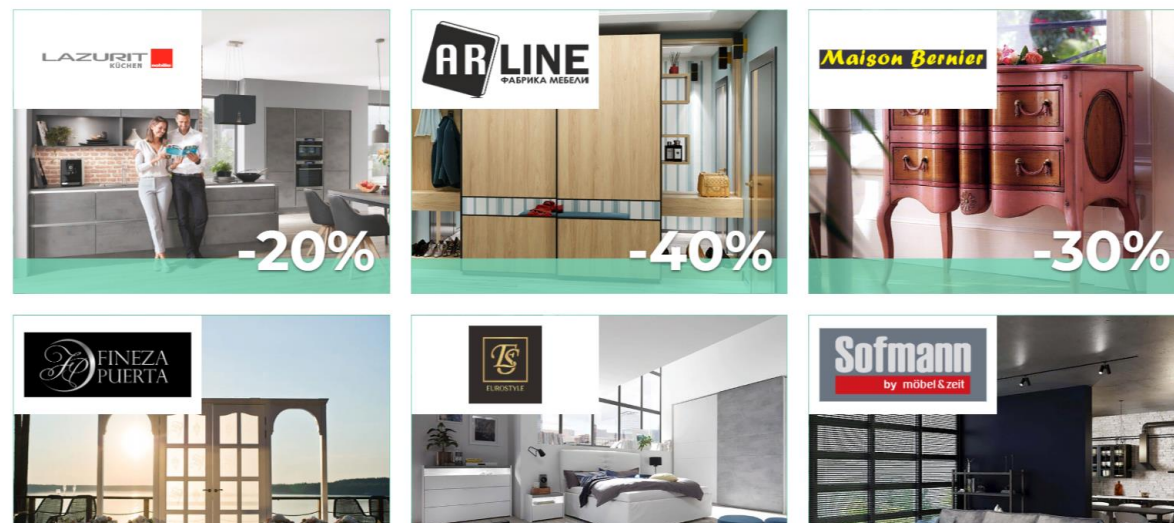
Возможности CoMarketing: онлайн и офлайн

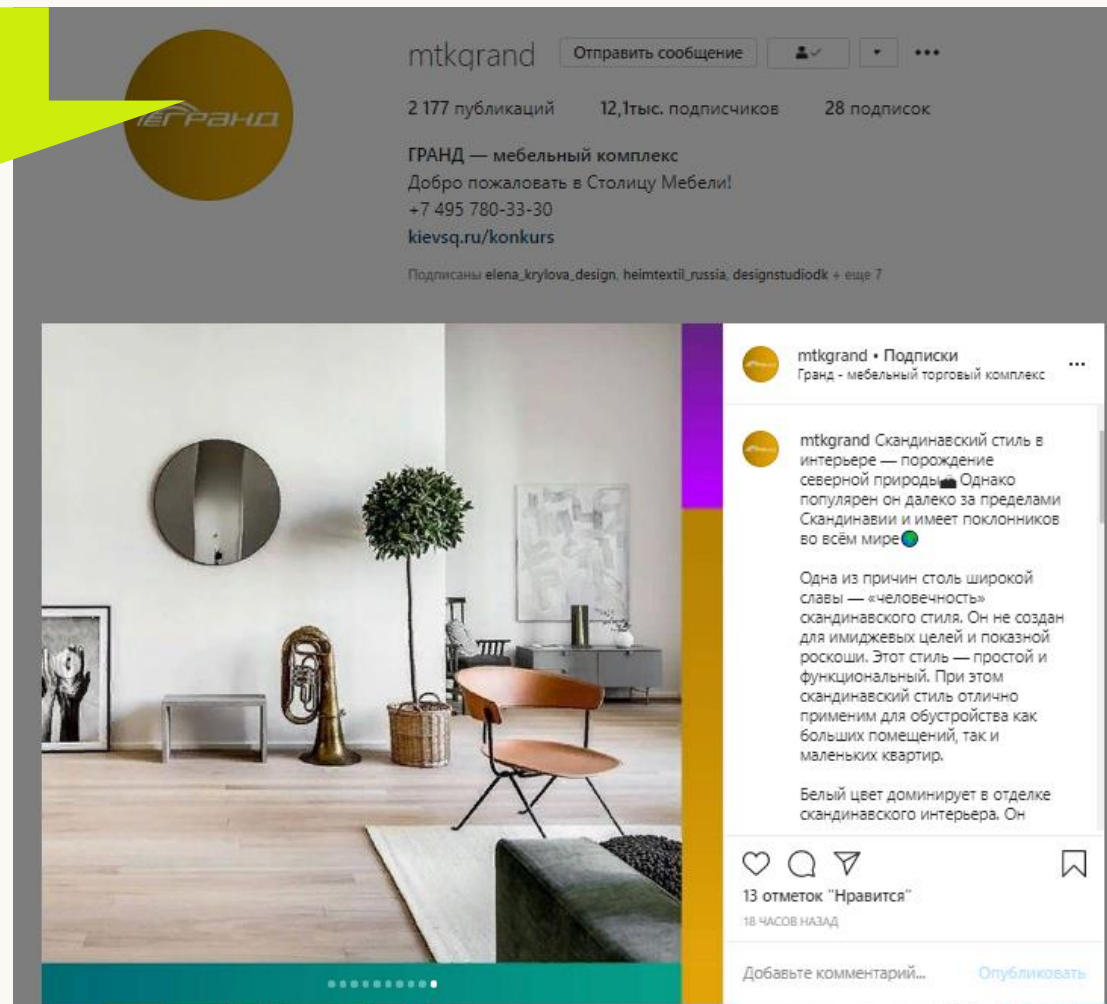
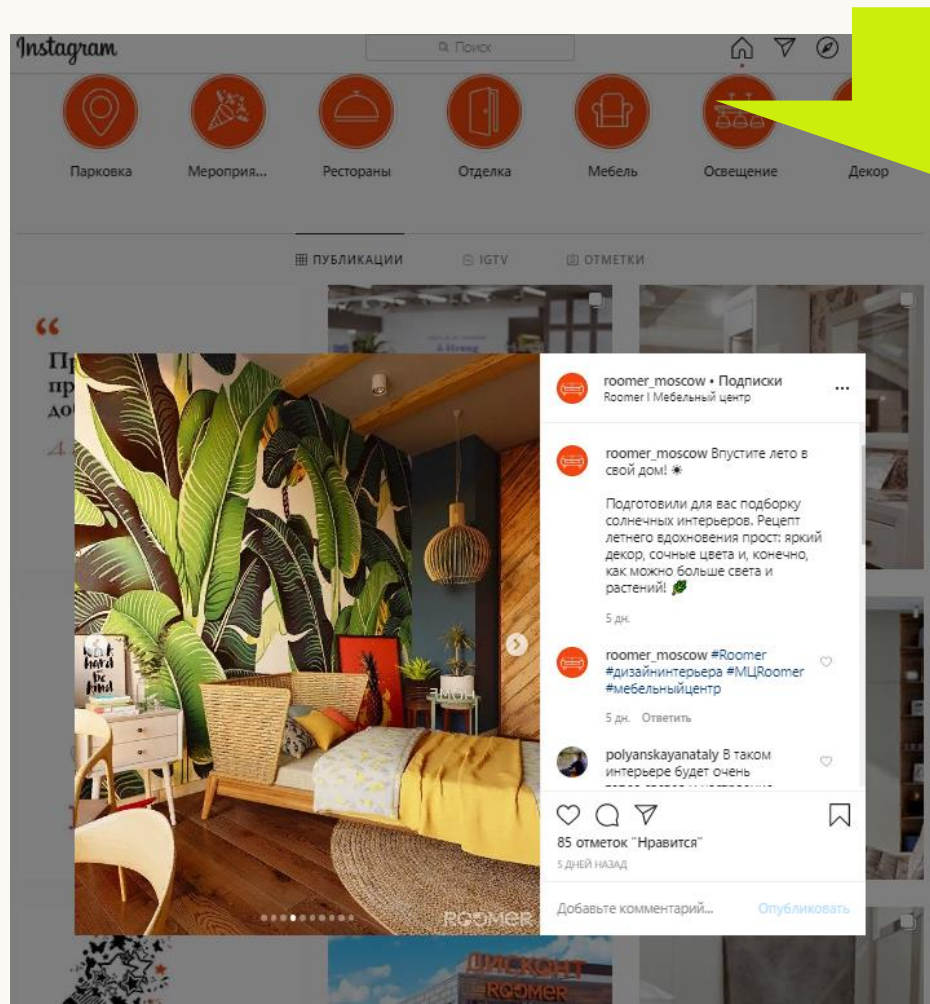
Конкурентное и брендовое окружение (traffic
maker - ? Стать самим)

Возможности площадки – ДОСУГ, foodcourt?



Предложения для новосёлов





АКТИВИЗИРУЙТЕСЬ!

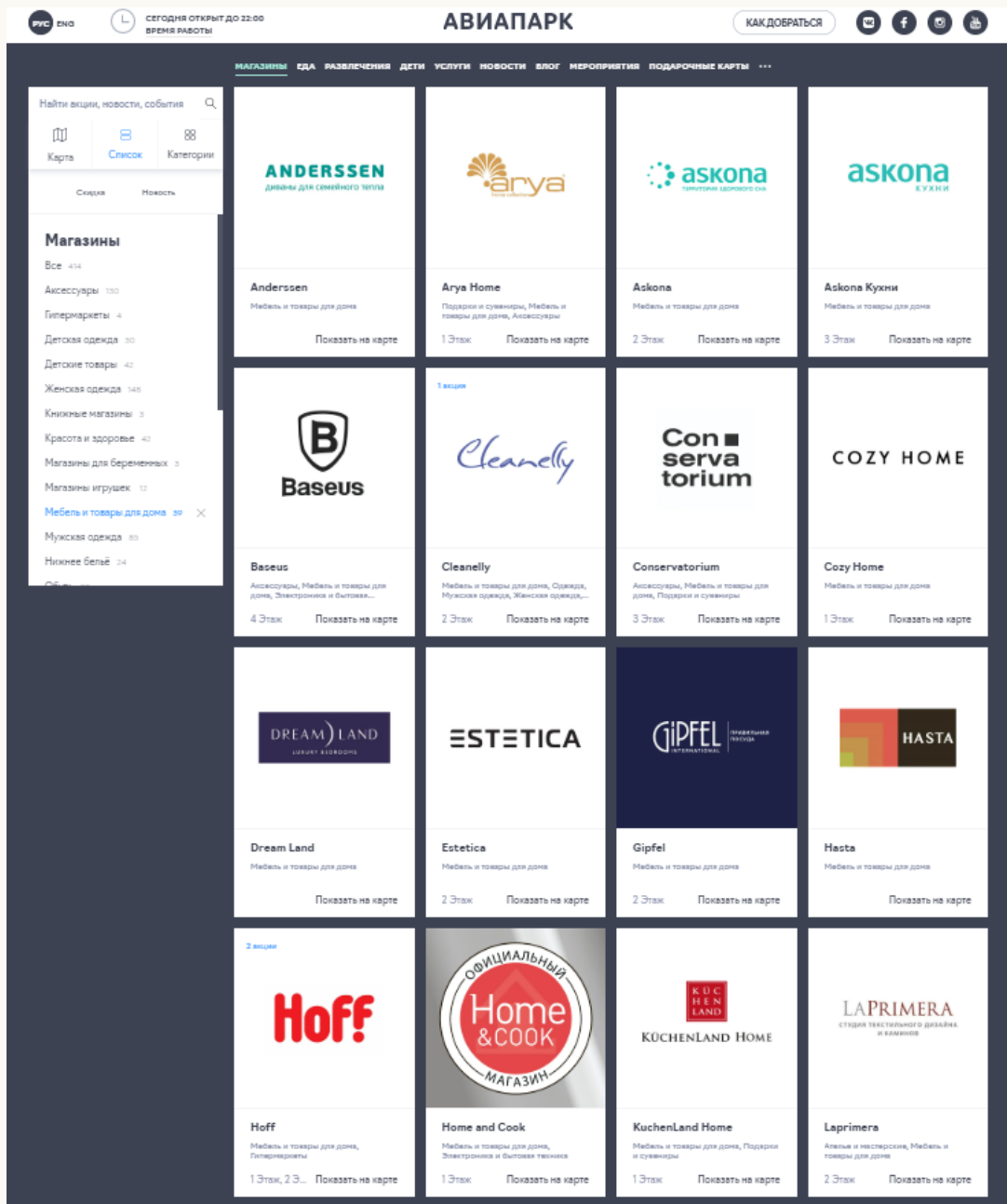
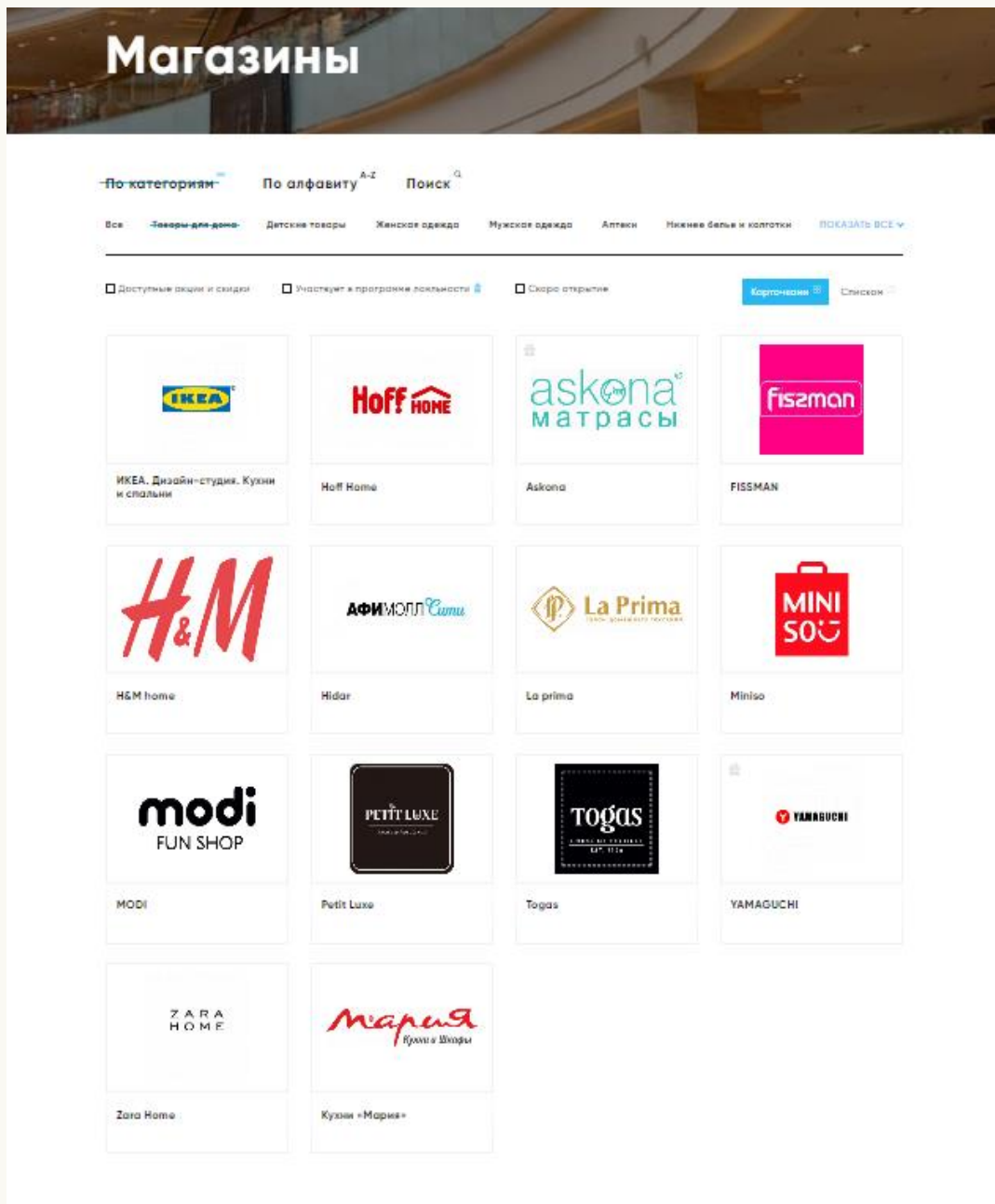
2. ТРЦ



ТРЕНД – УСКОРЕНИЕ!
+ «ВСЕ В ОДНОМ МЕСТЕ» (и досуг, и покупки)

**ТРАФИК
ЦА**
**Готовность к инвестициям в КОНЦЕПТ
(ЭМОЦИИ, АТМОСФЕРА)!**

+ маркетинговая активность ТРЦ

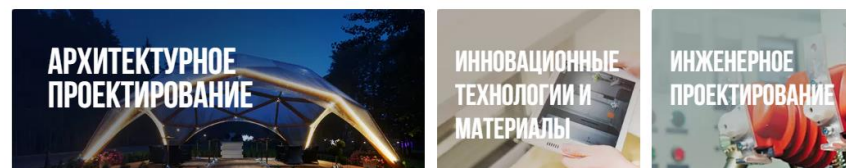


Центры дизайна и креативные пространства.

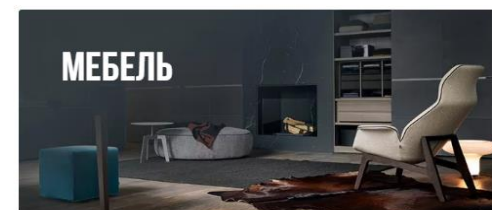
Ключевое – КРЕАТИВ/ДИЗАЙН (в продукте, Бренде, магазине)



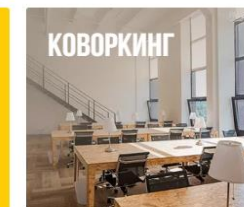
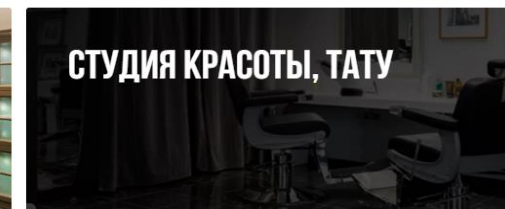
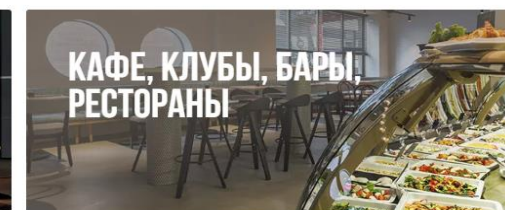
АРХИТЕКТУРА, ДИЗАЙН, ПРОЕКТИРОВАНИЕ



ТОВАРЫ



ИНФРАСТРУКТУРА



ЦА: Новаторы (b2b, b2c).

Следить за появлением в своем городе – иногда можно-нужно
быть ПЕРВЫМ!

3. ЛОКАЛЬНЫЙ МАГАЗИН



1. Потенциал района + планирование «жизни магазина»
2. Тренд на локализацию
3. Готовность к уникальному формату + персональный сервис + фишки + выверенный ассортимент
4. Продвижение (локальный маркетинг, использование настроек таргетинга, отзывы, CoMarketing с др. магазинами и сферой услуг (фитнес, SPA и т.д.), сфера питания (местные кафе/рестораны)
5. + Кооперация с застройщиками (формат ShowROOM)
6. + Роль Showroom «под клиента» (центр города и налаженный канал продаж в онлайн)

НЕ бойтесь закрывать неприбыльные точки

РИТЕЙЛ после COVID

СИЛЫ, МЕНЯЮЩИЕ РИТЕЙЛ



ОМНИКАНАЛЬНЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ, более внимателен к своему здоровью и безопасности

ЭКОНОМНО = умно, а не дешево

ТРЕНДЫ РИТЕЙЛА 2020



БОЛЬШИЕ МИССИИ И
ФОРМАТЫ
ТЕРЯЮТ ПОПУЛЯРНОСТЬ



ПОКУПАТЕЛИ АКТИВНО ИЩУТ
ПРОМО И СТАЛИ МЕНЕЕ
ЛОЯЛЬНЫМИ К МАРКАМ



ПОКУПАТЕЛИ ГОТОВЫ ПЛАТИТЬ
ЗА КАЧЕСТВО



ПРИЯТНАЯ АТМОСФЕРА И
ХОРОШЕЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ
ВАЖНЫ ПРИ ВЫБОРЕ
МАГАЗИНА



ОНЛАЙН РАСТЕТ, НО
ПЕНЕТРАЦИЯ ВСЕ ЕЩЕ
НЕВЫСОКАЯ



СОМНЕНИЯ В КАЧЕСТВЕ
ПРОДУКТОВ – ГЛАВНЫЙ
БАРЬЕР ДЛЯ ОНЛАЙН
ПОКУПОК

- Локальные игроки/форматы с четким и понятным позиционированием
- Обоснованная ценность продукта
- Атмосфера в магазине (концепт)
- Омниканальность

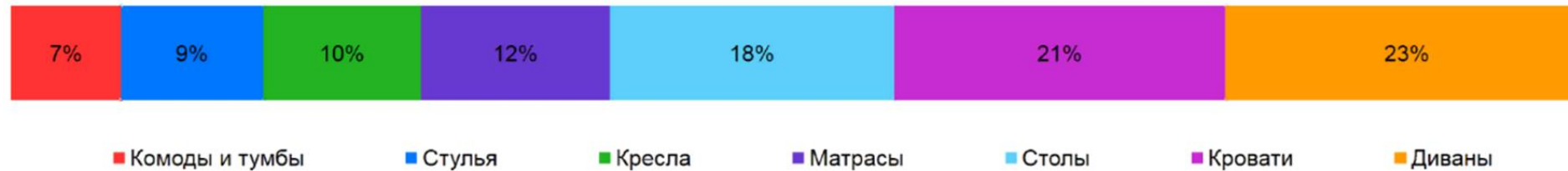
Что значит ОМНИКАНАЛЬНЫЙ?



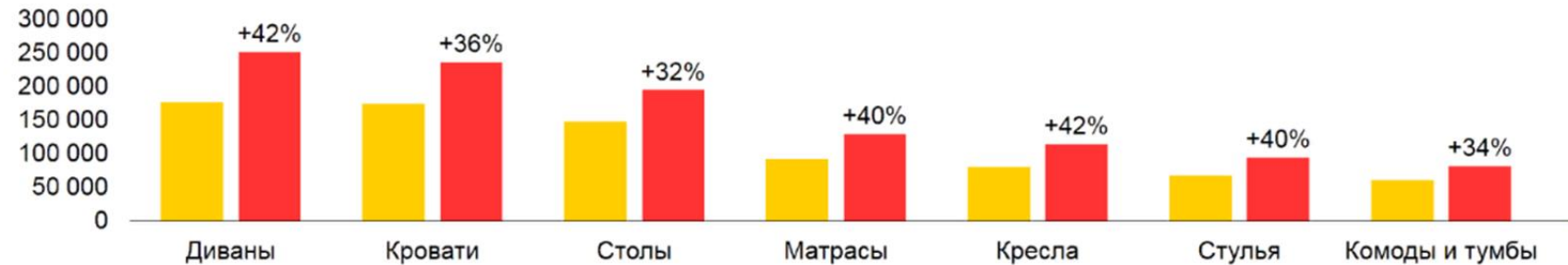
СПРОС после COVID

В июле все категории выросли больше чем на +35% год к году!

Структура отрасли

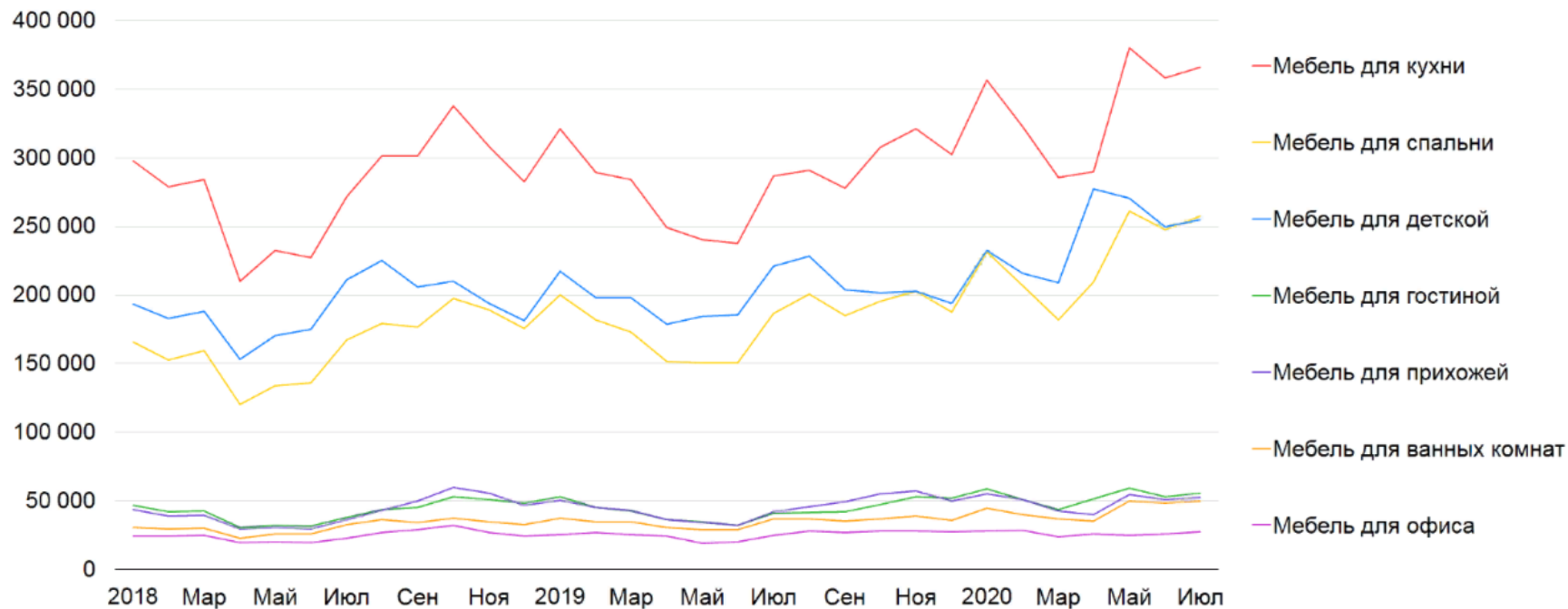


Сравнение периодов (июль 2019/июль 2020)



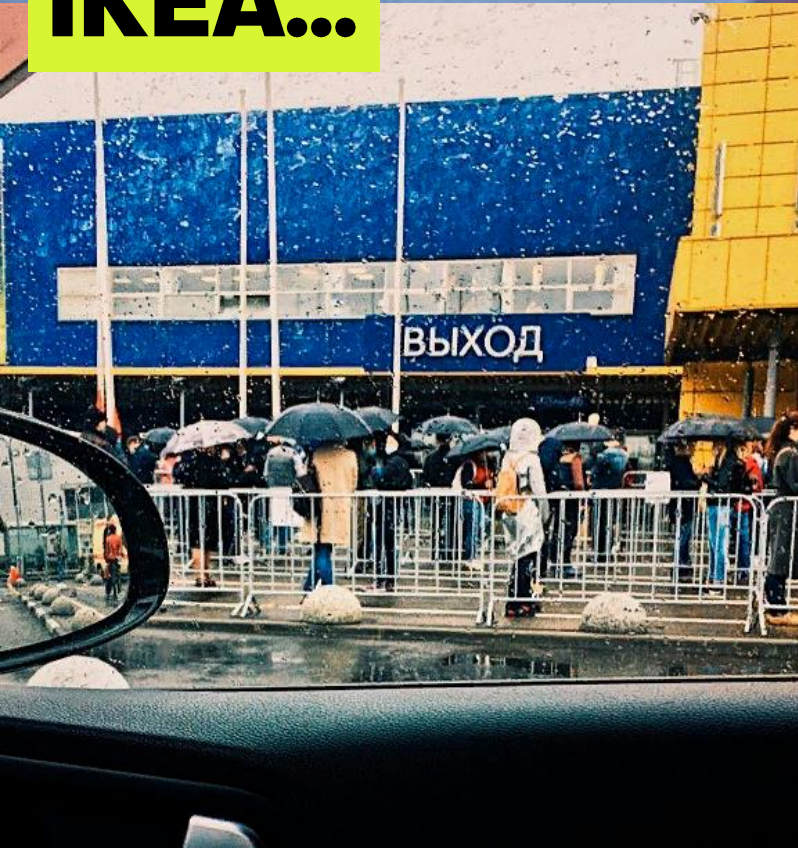
СПРОС после COVID

Мебель для кухни – лидер по запросам пользователей!





IKEA...



И не только в ИКЕА!



Потребитель и продукт

ОБЩАЯ ТЕНДЕНЦИЯ - ЗАЗЕМЛЕНИЕ

Садоводство: мебель для комнатных растений + мебель Outdoor

Цвета и фактуры

Мебель для зонирования -
стеллажи, ширмы, перегородки, рабочие места,
и т.д.





COVID

Еще большая рациональность и осознанность в
потреблении **LESS IS MORE**
(цена/ценность/безопасность/здоровье/комфорт
/функция/)

Востребованность новых продуктов и категорий
(#полноценнаяжизньдома)

ЛОКАЛЬНЫЕ ИГРОКИ: производитель + продукт
(триггеры – поддержка и ДОВЕРИЕ!)

**Доверие –
ФОРМИРОВАТЬ!**

В ритейле

**Ответственность и реальная
безопасность покупателя**

**РАЦИОНАЛЬНЫЙ ФОРМАТ –
актуальный, выверенный
ассортимент, правильно и удобно
презентован (быстро, удобно,
комфортно, приятно, безопасно, в
т.ч. за счет диджитал технологий в
ритейле)**

**АТМОСФЕРА, ЭСТЕТИКА – ИДЕЯ
Бренда + актуальные тренды (эко,
соц. ответственность, интерактив)**



В ритейле

Ответственность и реальная безопасность покупателя

Все хорошее возвращается

Наши магазины открываются! Ознакомьтесь с правилами безопасных покупок и датами открытия магазинов.

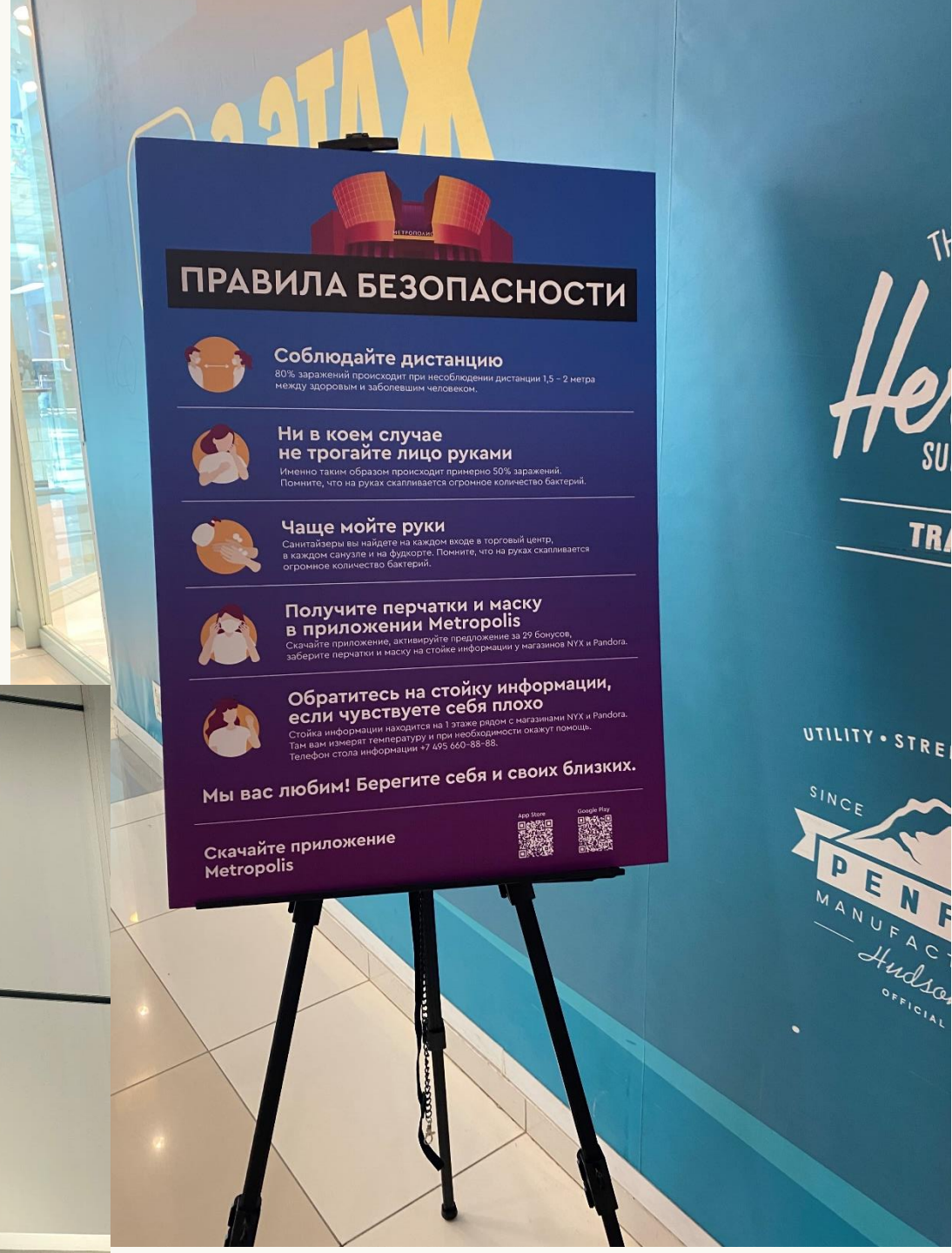
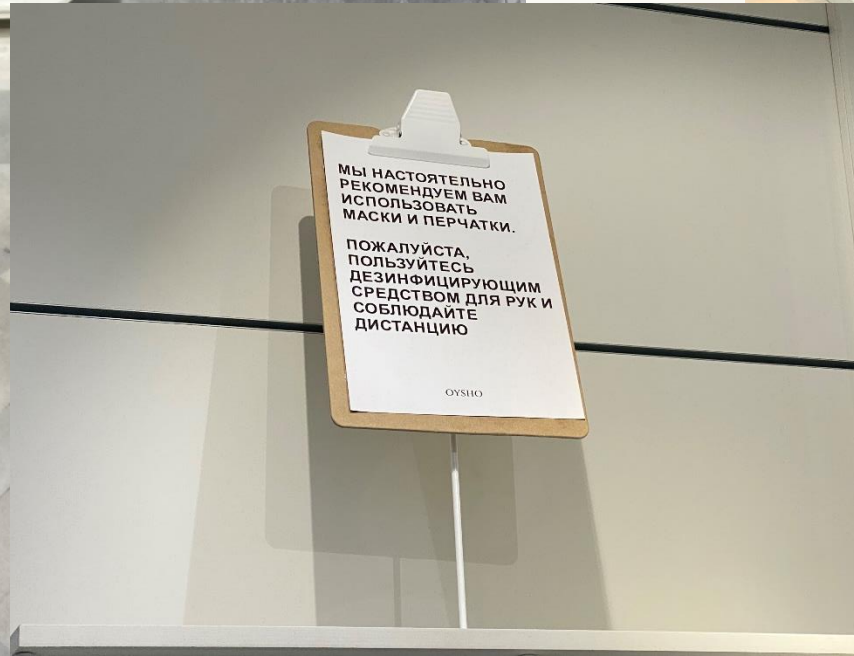
[Подробнее >](#)



Возьмите одноразовую салфетку

Мы заботимся о вашем здоровье и просим воспользоваться одноразовой салфеткой для тестирования матрасов и подушек. После использования утилизируйте её в специальный мусорный контейнер. Так мы вместе сможем обеспечить безопасность всех посетителей и сотрудников ИКЕА.







Реальная
забота +
онлайн

РАСПИСАНИЕ ТРЕНИРОВОК
ЗАНИМАЙСЯ С НАМИ
НЕ ВЫХОДЯ ДОМА

@Oysho Instagram & YouTube channel

ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ ТРЕНИРОВКА
ПОНЕДЕЛЬНИК, СРЕДА И СУББОТА В 20:00

ЙОГА
ВТОРНИК И ЧЕТВЕРГ В 19.00
ПЯТНИЦА В 18.00
СУББОТА В 12.00 *СПЕЦИАЛЬНЫЙ ГОСТЬ

ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ НА OYSHO В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ.
ОТКРЫВАЙТЕ НОВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ В ТРЕНИРОВКАХ И
ЗАНИМАЙТЕСЬ КАЖДУЮ НЕДЕЛЮ НЕ ВЫХОДЯ ИЗ ДОМА

// ПО МСК ВРЕМЕНИ //

**Забота о здоровье клиентов и сотрудников -
наша главная задача!**

ДЕЗИНФЕКЦИЯ
После каждой смены сотрудника рабочая зона на кассе обрабатывается
дезинфицирующими средствами.

СОЦИАЛЬНАЯ ДИСТАНЦИЯ
Мы настоятельно рекомендуем вам использовать маски и перчатки.
Для Вашей безопасности соблюдайте социальную дистанцию 1,5 метра
относительно людей.

БЕСКОНТАКТНАЯ ОПЛАТА
Для вашей безопасности используйте по возможности бесконтактную оплату
и электронный чек вместо бумажного.

ОБРАБОТКА ГОРЯЧИМ ПАРОМ
После примерки и возврата, одежда обрабатывается горячим паром.

OYSHO

adidas

**СКАЧАЙ
ADIDAS
APP**

ПОИСК ТОВАРА
ПО ФОТО

ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ ТОВАРЫ, РАННИЙ
ДОСТУП К ПРОДУКТУ

СКИДКА ВСЕГДА
С СОБОЙ

БЕСПЛАТНАЯ ДОСТАВКА ПРИ ЗАКАZE
ЧЕРЕЗ ПРИЛОЖЕНИЕ

СТАТУС ЗАКАЗА
ONLINE

ДОСТУП К СПЕЦИАЛЬНЫМ
МЕРОПРИЯТИЯМ

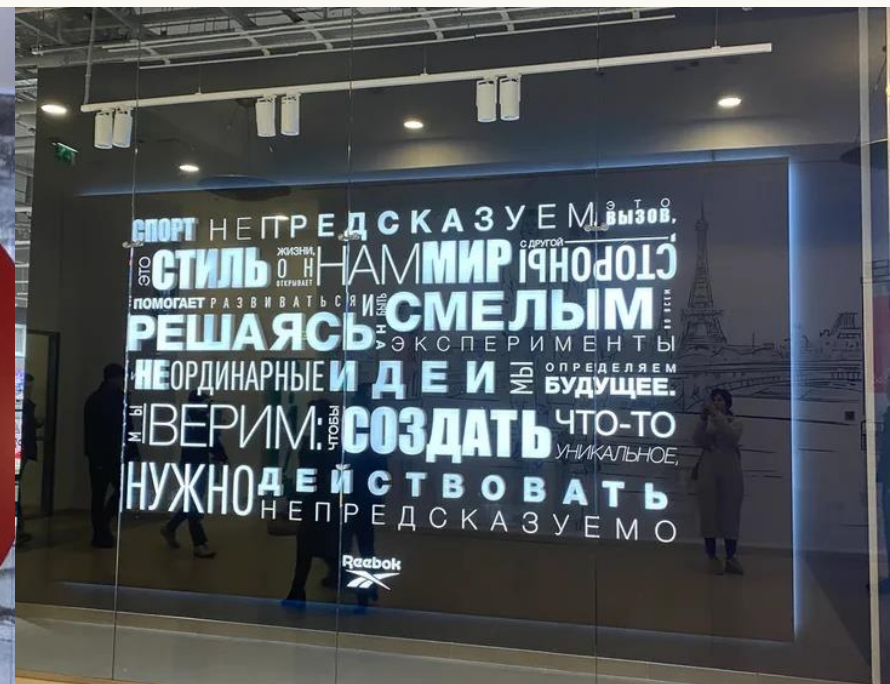
App Store
Google play

М МЕТРОПОЛИС М МЕТРОПОЛИС М МЕТРОПОЛИС

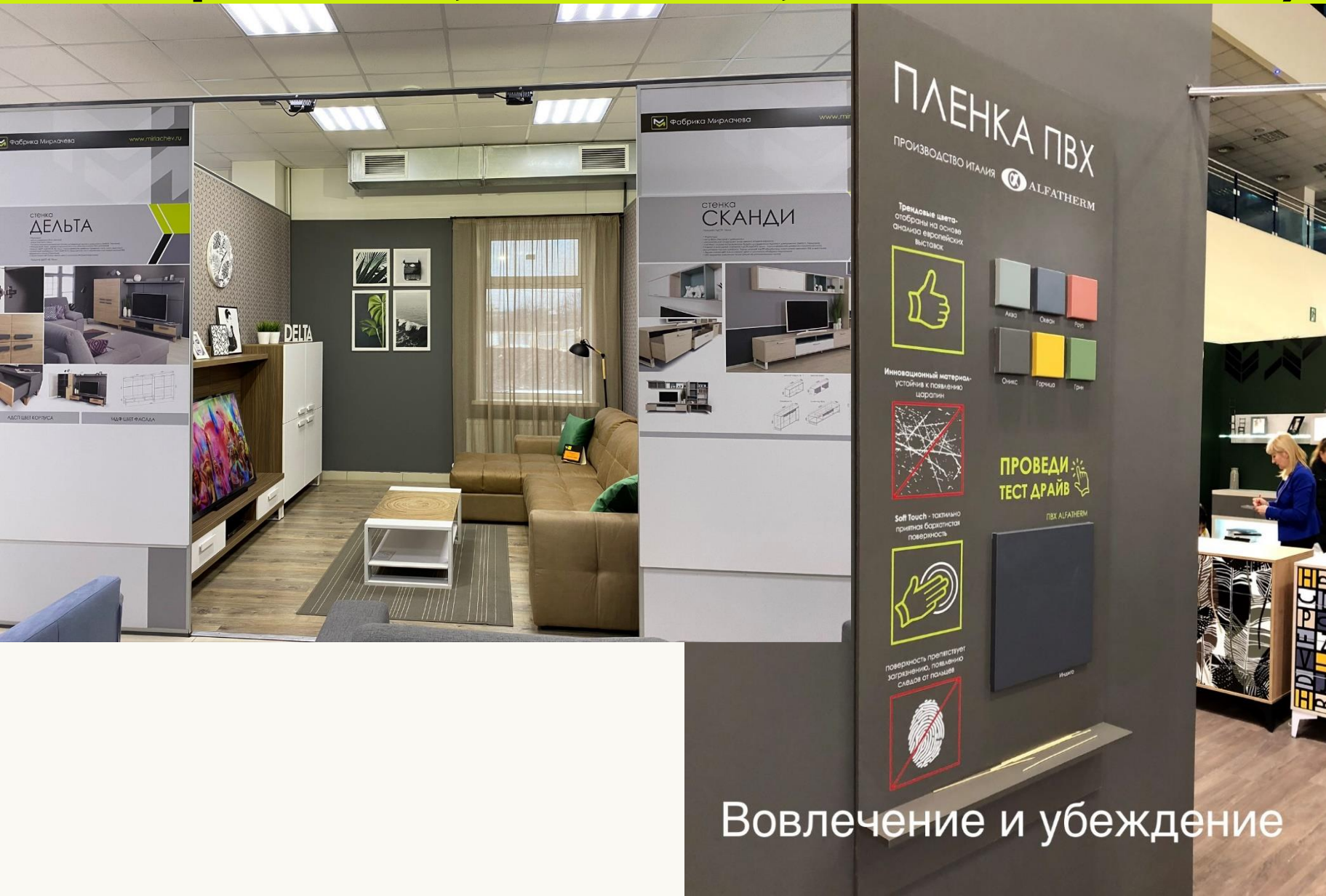
Цифровые решения в офлайне



Сторителлинг (истории о бренде + ком. сообщения)



Сторителлинг (истории о продукте, его «содержании», создании, использовании)



Вовлечение и убеждение

Сторителлинг

FOR A MOMENT

Take a break.
Inspire your mind.
A moment in the secret garden.

IN COLLABORATION WITH
BANG & OLUFSEN
POPPYKALAS



ИННОВАЦИИ В ОБЛАСТИ СНА

Мы верим, что здоровый сон — это возможность для каждого изменить жизнь к лучшему. 20 лет назад независимый пружинный блок считался венцом спального места. Но прогресс не стоит на месте.

«Аскона» представляет инновационные решения, созданные совместно с ведущими мировыми экспертами в области сомнологии и анатомии. Именно стремление сочетать заботу о качестве сна и последние научные разработки делает «Аскону» лидером в области товаров для здорового сна.

Smart подлок — управляйте качеством сна!



Красота на долгие годы

При создании этой кровати используется массив сосны — прочный и экологичный материал, который со временем становится только лучше.



ВИЗУАЛЬНЫЙ МЕРЧАНДЙЗИНГ после COVID играет еще большую роль

emotion visual merchandising (EVM)

EVM – это методы размещения ассортимента и презентация бренда в ритейл-формате, ориентированная на усиление ЭМОЦИЙ покупателя от шоппинга, раскрытия позиционирования Бренда и увеличения продаж компании в смежных каналах (онлайн)

EMOTION – управление эмоциями, погружение клиента в атмосферу БРЕНДА!!!

(Тренд – **Customer Experience**)

WOW- эффект



Что меняем в ритейле

**ИДЕЯ (отражающая
ключевую компетенцию)**

Атмосфера и Эмоции

**Ассортимент (выверен,
актуален, правильно
размещен)**

**Грамотный
мерчандайзинг!**



С чего начать реформатирование, если уже есть **БАЗА (платформа бренда)**

ЧЕК-ЛИСТ СОВРЕМЕННЫЙ БРЕНД

info@rekana.ru

1. АНАЛИЗ АССОРТИМЕНТА

РАЗРАБОТКА МАТРИЦЫ, размещение товара согласно анализу и правилам мерчандайзинга

Выделение категорий:

ABC (прибыльность) –XYZ (частота потребления/спрос) + новинки (отслеживать тренды!!!)

+ image creator

+ сезонные товары

+ cross sale

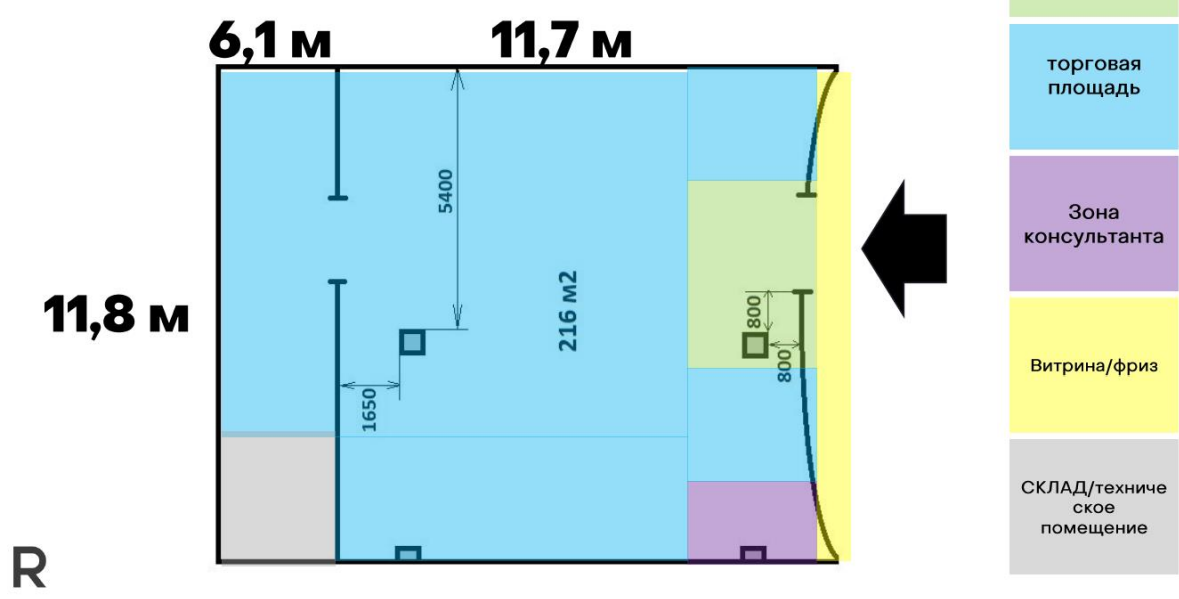
Правило Парето (80/20)

ABC-XYZ (соотношение продаж с частотой потребления)

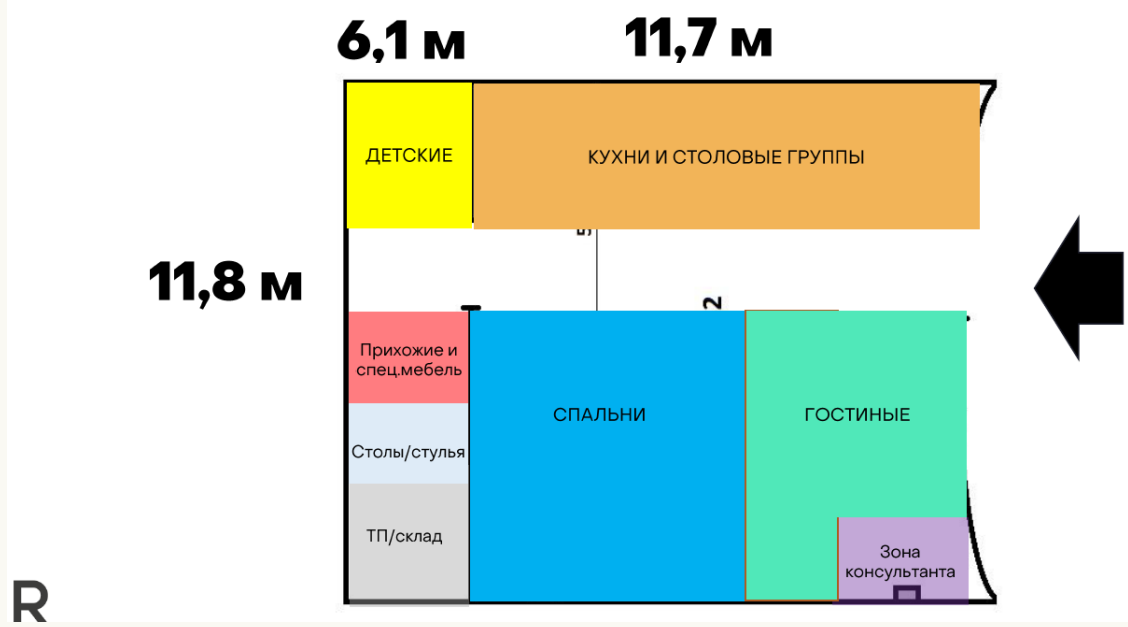
категории	X	Y	Z
A	Хиты продаж (коровы)	Ключевой товар (коровы)	НОВИНКИ (звезды)
B	Ключевой товар (коровы)	Основной товар, доп. ассортимент (коровы и собаки)	НОВИНКИ и Long tail
C	Второстепенный товар (собаки)	НОВИНКИ и Long tail	Новинки или вывод из ассортимента

2. ЗОНИРОВАНИЕ ПРОСТРАНСТВА И ТОРГОВОЙ ПЛОЩАДИ

1. Зонирование торгового пространства



2. Зонирование торговой площади



3. Проработка функциональных зон и схема маршрута покупателя

Лабиринт

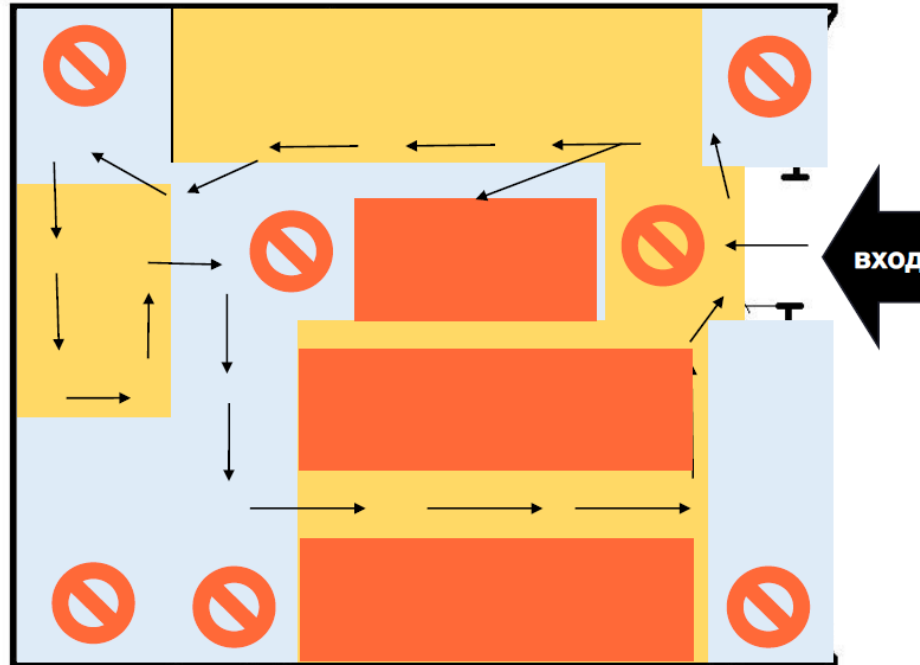
M3
intensive



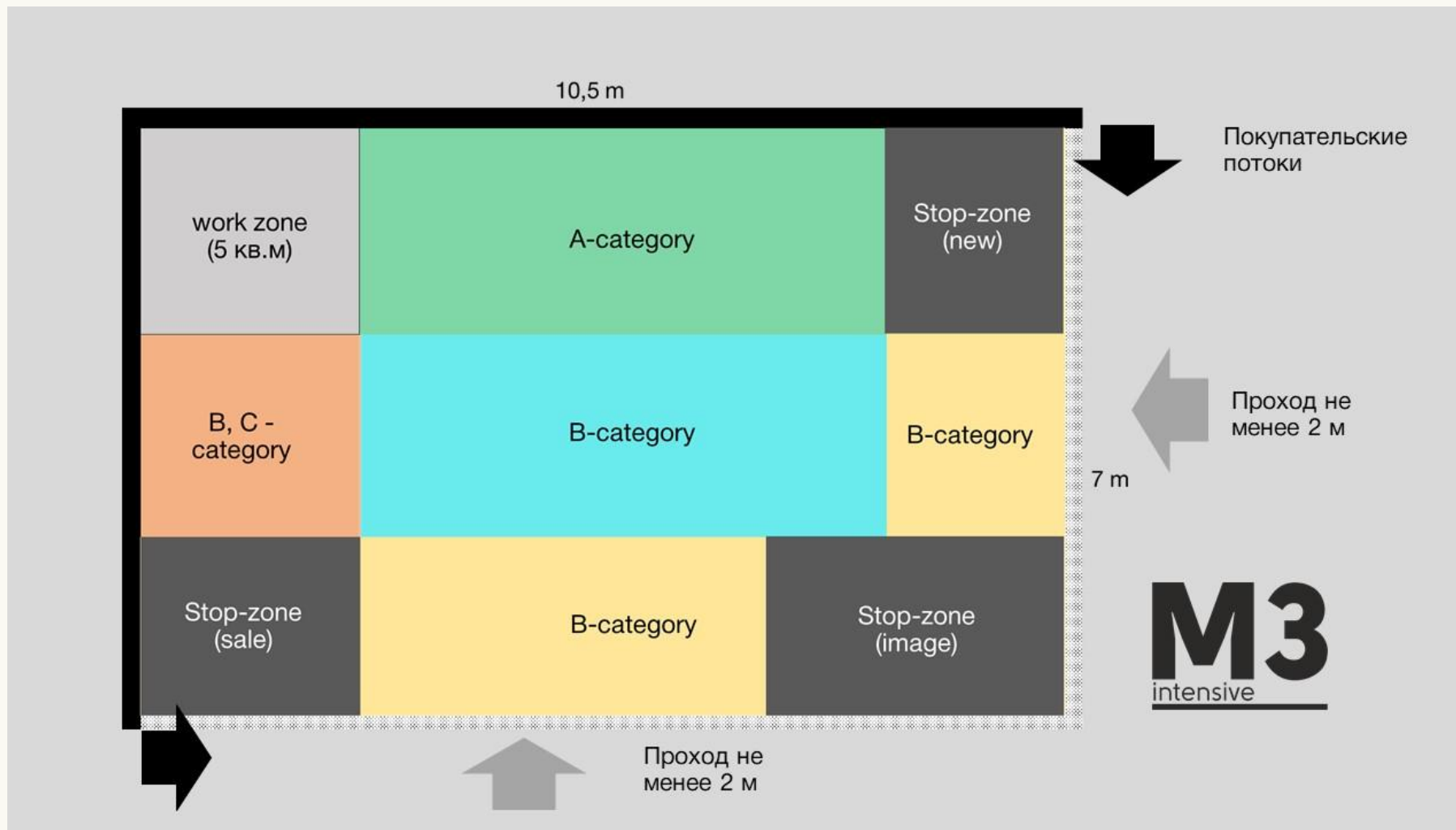
Стоппер или фокусная точка



В данной зоне необходимо составлять мебельные экспозиции, через которые нельзя выйти к проходу, например, спальни или диваны, которые образуют диванную группу (пример на след. слайде)



4. РАЗМЕЩЕНИЕ КАТЕГОРИЙ



5. ПЛАНИРОВКА (техники размещения мебели)

6. ДИЗАЙН-КОНЦЕПТ (позиционирование, тренды)



MOODBOARD – LOFT COMFORT



Входная группа



NEIFELD

Эта фокус группа расположена на входе в магазин. Выполнена в виде витрины до пола, отделяя вход от основной торговой площади. Через витрин просматривается весь магазин.

Витрина:

- Стекло
- Текстиль
- Кресло BOULTON
- Напольный светильник
- Вазы
- Книги



7. ТЕХНИЧЕСКИЕ ПАРАМЕТРЫ + важные ДЕТАЛИ (аксессуары, POS = коммуникация, атмосфера)

ДЕТАЛИ.

LOGO – оракал или буквы из пластика (объемные)



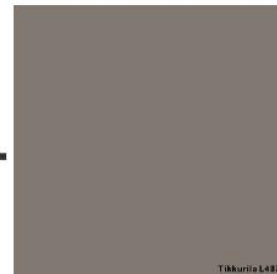
Аксессуары: использование преимущественно желтых аксессуаров в поддержку фирменного стиля: вазы, свечи, статуэтки, декоративное освещение и проч.



Книги в цветных переплетах (зеленые и желтые)



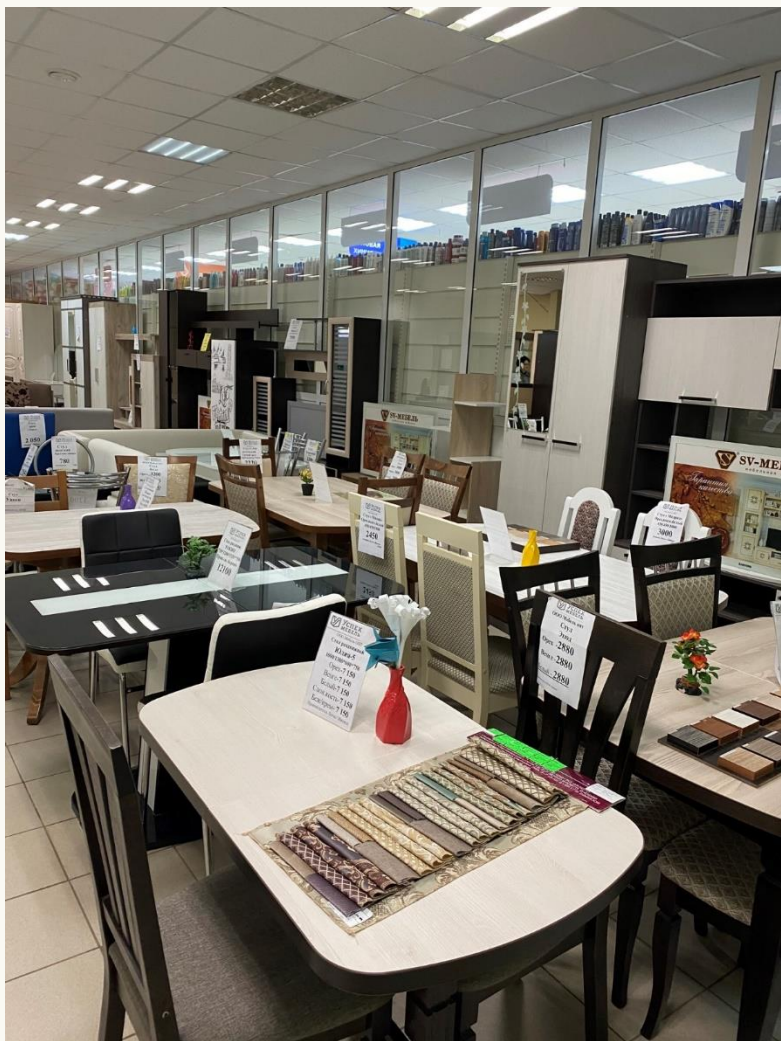
За место ТВ-плазмы в гостиных можно использовать имиджевые постеры, с коммуникационным посылом ТМ ДОМОВЕД (раскрыть позиционирование – «полезная мебель», отразить эмоцию целевой аудитории)



Пристеноч:
TIKKURILA (L487)

Современные форматы





Торговое оборудование!!!

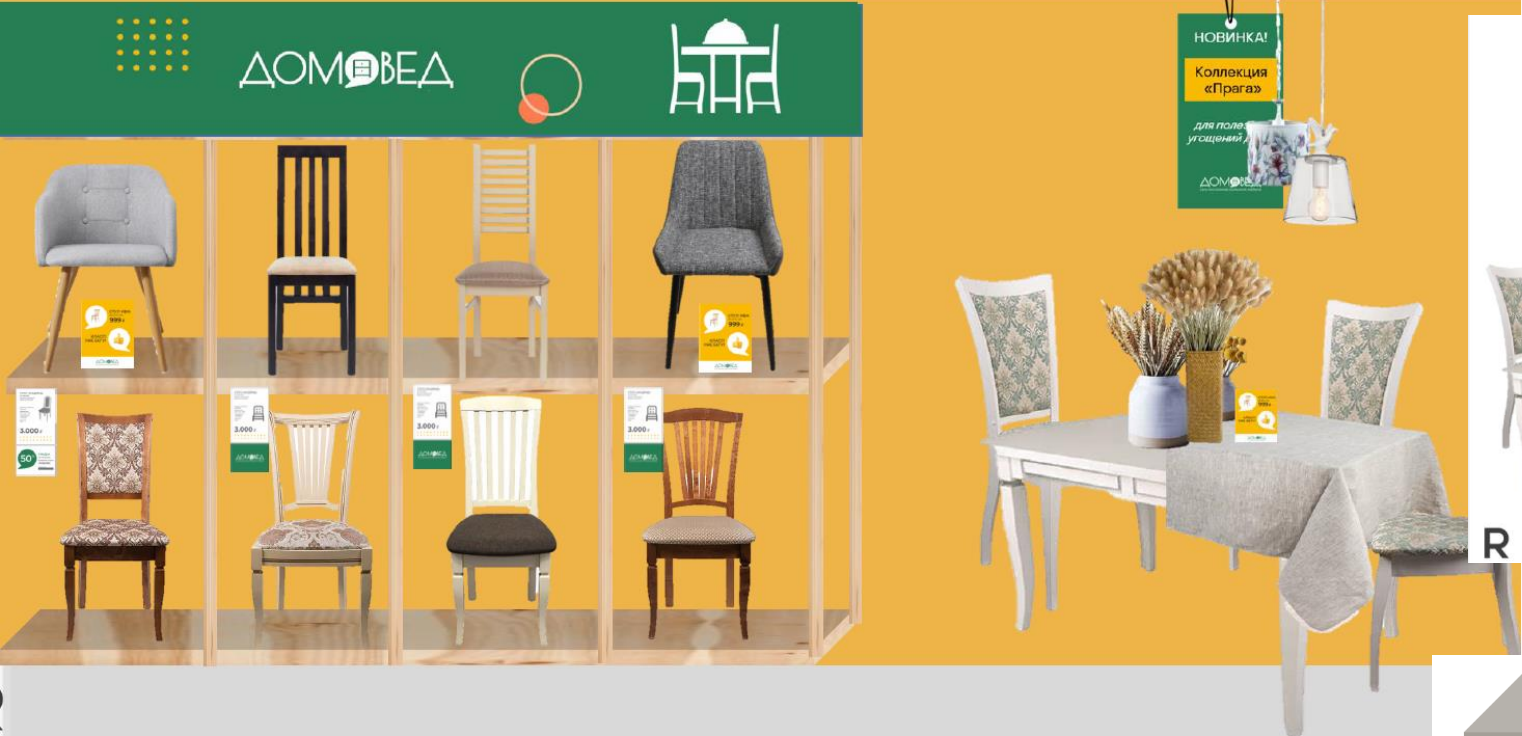
СКЕТЧ 3. Пример организации зоны со стульями с использованием стеллажных систем



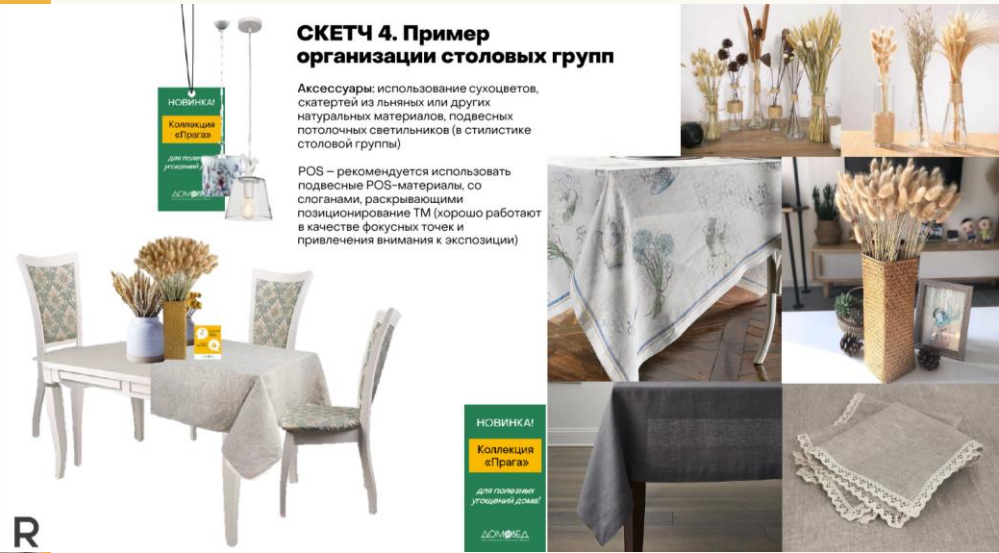
Пример стеллажа (лакированная доска)



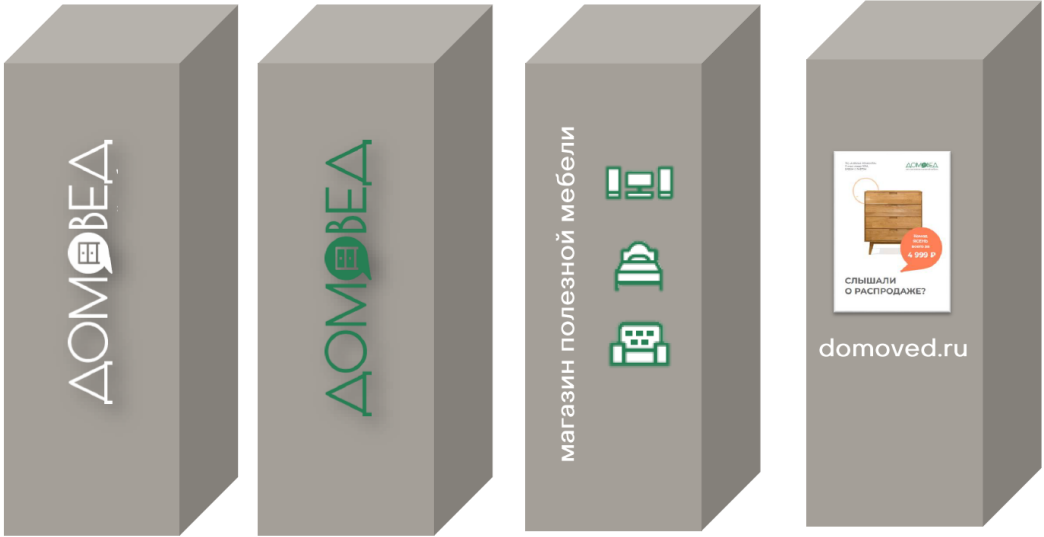
СКЕТЧ 5. Пример организации столовой группы и зоны со стульями с использованием стеллажных систем



СКЕТЧ 4. Пример организации столовых групп



мелочей нет



Создавайте атмосферу - эмоции РАБОТАЮТ!





m3-rekana.ru

M3

intensive

онлайн-курс
**Мерчандайзинг
Мебельного
Магазина**

**Спец.цены
Промо: LIGA**

ЧЕК-ЛИСТ «СИСТЕМА МЕБЕЛЬНОГО МАГАЗИНА»

1

ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВОГО ПРОСТРАНСТВА

- Деление пространства на ФЗ (выделение горячих и холодных зон)
- Проработка пути покупателя (маршрут, проходы, организация стопперов и фокусных точек)

2

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА + ПЛАНОГРАММА

- размещение категорий товара согласно ассортиментной матрице и правил мерчандайзинга
- Размещение категорий товара (техники, презентация, акценты)

3

ДИЗАЙН-КОНЦЕПТ магазина.

- Определений функции ТТ: concept-store, флагман – только коммерческие или имиджевые цели?
- Отражает: категорию, аудиторию, выделяет продукт, создает атмосферу, соответствует бюджету (ценовому позиционированию)

4

Технические параметры

- Свет, материалы
- клиентская зона (мебель, техника)
- оборудование

5

КОММУНИКАЦИЯ и АТМОСФЕРА

- Digital
- POS + навигация
- Имиджи
- Персонал (включая стандарты)
- **Аксессуары, фишки!**



rekana.ru

Редактировать профиль



594 публикаций

2 037 подписчиков

354 подписок

Маркетинговое Агентство REKANA

💎 упакуем Вашу уникальность в 💰 Бренд

📖 научим маркетингу #пропозиционирование, мерчандайзингу

#курсМ3,айдентике #proID

🛠️ помогаем мебельщикам расти 🚀

taplink.cc/rekana.ru



Марафон-ID



Портфолио



Марафон-ID



Отзывы



Обучение



Консульта...



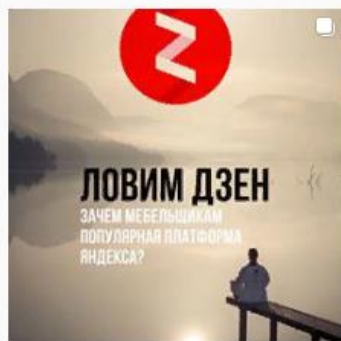
21.03-30.04

ПУБЛИКАЦИИ

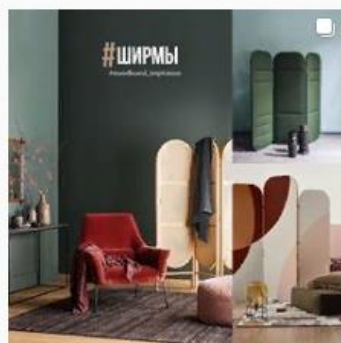
IGTV

СОХРАНЕННОЕ

ОТМЕТКИ



ОТЗЫВЫ *)



РЕКАНА – маркетинговое агентство, которое меняет компании и мир!



@rekana.ru

Стратегический маркетинг
Брендинг
Мерчандайзинг
Бизнес-Обучение
Консалтинг

+7 (495) 664 36 56

info@rekana.ru

rekana.ru

REKANA
MARKETING AGENCY



Instagram